

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

WERDEN TAVARES PINHEIRO

**OS SISTEMAS PÚBLICOS DE COMUNICAÇÃO E A POLÍTICA:
O CONTEXTO ECONÔMICO E POLÍTICO DAS EMISSORAS
PÚBLICAS BRASILEIRAS (O CASO APERIPÊ).**

São Cristóvão, SE.
Março de 2015.

WERDEN TAVARES PINHEIRO

**OS SISTEMAS PÚBLICOS DE COMUNICAÇÃO E A POLÍTICA:
O CONTEXTO ECONÔMICO E POLÍTICO DAS EMISSORAS
PÚBLICAS BRASILEIRAS - O CASO APERIPÊ.**

Dissertação apresentada como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Sergipe.

Orientador: Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño.

São Cristóvão, SE.
Março de 2015.

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

Pinheiro, Werden Tavares
Os sistemas públicos de comunicação e a política : o contexto econômico e político das emissoras públicas brasileiras – o caso Aperipê / Werden Tavares Pinheiro ; orientador César Ricardo Siqueira Bolaño. – São Cristóvão, 2015.
188 f. : il.

P654s

Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Sergipe, 2015.

Comunicação social. 2. Televisão pública. 3. Política de comunicação. I. Fundação Aperipê. II. Bolaño, César Ricardo Siqueira, orient. III. Título.

CDU 316.774:654.1



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

PPGcom

Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Sergipe

TERMO DE APROVAÇÃO

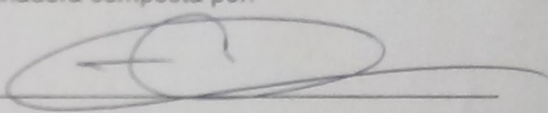
"OS SISTEMAS PÚBLICOS DE COMUNICAÇÃO E A POLÍTICA: O CONTEXTO
ECONÔMICO E POLÍTICO DAS EMISSORAS PÚBLICAS BRASILEIRAS (O CASO
APERIPÊ)."

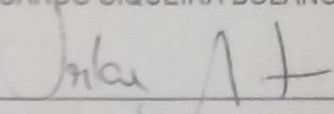
Discente:

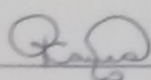
WERDEN TAVARES PINHEIRO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Federal de Sergipe, como parte dos requisitos exigidos para a obtenção
do título de Mestre em Comunicação Social.

Aprovada pela banca examinadora composta por:


PROF. DR. CESAR RICARDO SIQUEIRA BOLANO - ORIENTADOR / UFS


PROFª DRª VERLANE ARAGÃO SANTOS - AVALIADORA INTERNA / UFS


PROFª DRª DANIELE PEREIRA CANEDO - AVALIADORA EXTERNA / UFRB

Cidade Universitária "Prof. José Aloísio de Campos", 10 de MARÇO de 2015.

Mestrado em Comunicação Social:
Centro de Vivência da UFS- Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos
Av. Marechal Rondon, S/N - CEP 49.100-000 - Rosa Elze - São Cristóvão - Sergipe - Brasil
Telefones: (79) 2105-6390 - E-mail: mestradocomunicação.ufs@gmail.com

Dedicado

*À minha filha,
Elisa.
Por me fazer melhor.*

*Às minhas
mãe
e irmãs
Rosilda,
Chynaglya
e Jaqueline.*

*E à memória
de meu pai,
Jurdino.*

*A todas e
a todos, que
passaram e
teimam.*

AGRADECIMENTOS

Por mais que nós tentemos, ninguém constrói nada isoladamente. As interações com diversas pessoas fizeram parte deste trabalho em algum momento. Agradecer a todas elas é contar um pouco de um ponto distante, de onde talvez tenha nascido essa ideia, de registrar e analisar a comunicação pública do Brasil, mirando no exemplo do caso de Sergipe. Esse estado que só é pequeno no mapa e que é um gigante na ousadia.

O ano era 2004, eu cursava Publicidade e Propaganda porque era o curso mais próximo de cinema que existia em Aracaju. Naquela ocasião, Aracaju vivia uma das suas sazonais épocas de efervescência cultural, que registrei em um documentário para o meu trabalho de conclusão de curso em 2004: “O Rock Sergipano, Esse Ilustre Desconhecido” (PINHEIRO; HAGENBECK, 2004).

O documentário foi baseado num texto de mesmo título redigido por Adelvan Barbosa, o Adelvan Kenobi, que anos depois iria se tornar apresentador da Aperipê FM durante a gestão de Indira Amaral – Tive a honra de participar desse momento como Diretor de Marketing da Fundação Aperipê e como Diretor de Programação da Aperipê TV –. Durante a produção do documentário, descobri duas coisas. A primeira delas foi que eu poderia exibir o meu documentário na então TV Aperipê, como de fato ocorreu. O Diretor de Programação à época era Denys Leão, Denys estava sempre em busca de mais conteúdo local para exibir na TV.

A segunda coisa que aprendi foi que eu gostava tanto de música feita em Sergipe, que arrumei alguns desafetos entre os roqueiros. Naquelas noites agitadas, dos intervalos de aulas da UNIT, falávamos sempre de *Beatles* e *Oasis*, de Caetano e de Chico e, naturalmente, de *Snooze*, Plástico Lunar e Alex Sant’Anna (que também teria a sua história de passagem pela Aperipê). Falávamos de coisas impublicáveis num te acadêmico.

Numa dessas conversas confessei para um amigo que eu gostava mais de *Snooze* do que do *The Who*. Que sabia que o *The Who* tinha o seu valor, mas que eu me identificava mais com a *Snooze*. Que por meio da história da banda, eu conseguiria contar toda a história do *underground* nacional e de outros artistas que eu gostava. Que por meio da *Snooze* eu tinha conhecido algumas músicas importantes dos *Beatles*, do *The Wannadies* e do próprio *The Who*. Empolgado com a conversa, disse para o meu amigo

que achava possível contar a realidade mundial através da minha realidade local. Era século XX e o conceito “pensar global, agir local” fazia todo sentido. Foi assim que comecei a moldar minha visão de mundo e a desenvolver uma relação com o meu objeto de estudo, apresentado nesta dissertação.

Anos depois de ser graduado e de várias experiências no mercado publicitário, fui convidado a integrar uma gestão na Fundação Aperipê (FUNDAP). Nessa época descobri o lugar da Aperipê em meio às TVs públicas. Até então, nunca havia estudado nada sobre a história das TVs públicas, nem sequer havia aprendido esse conceito em leituras acadêmicas. O máximo da minha proximidade com o tema era minha atuação na luta pela democratização da comunicação, dos tempos de movimento estudantil, onde militei com as companheiras e os companheiros na Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social (ENECOS). Em Sergipe, era lugar comum chamar a Aperipê de a “TV do Estado” ou “TV do Governador”. Nos mapas de mídia das agências por onde passei, nenhuma emissora da fundação era sequer marcada.

Em 2007, antes de começar a trabalhar no Departamento de *Marketing* da FUNDAP, além de revisar meus conceitos de comunicação corporativa, passei a desenvolver estudos sobre o campo público de comunicação. Por sorte vivi uma verdadeira imersão, com o acontecimento do I Fórum Brasil de TVs Públicas. Acabei aprendendo, de forma empírica, alguns dos conceitos que discutimos neste trabalho. E tão importante quanto esses conceitos, foi a visão de mundo que talhei a partir dessa experiência.

Primeiro quero agradecer a quem aguentou minhas horas de sono perdidas, as neuroses, as chatices – todas que não nos contam quando preenchemos a ficha de inscrição do Mestrado. Para essas pessoas, que não precisavam passar por isso, mas que converteram toda a agonia que eu trazia em amor, paciência e zelo: Elisa Gomes Pinheiro, Renata Santos de Oliveira e Dona Rosilda. Ao seu Jurdino, que há exatos 10 anos nos deixava, mas que eu nunca desistisse. À Chynaglya e à Kelly, minhas amadas irmãs. Aos deuses e aos *Beatles*.

Para esses dois amigos pelas horas e altas horas da noite em parcerias, por toda a cidade: Thamisy Lobo e Tiago Melo (501B). Também fazem parte dessa turma os meus amigos de todos os verões: Pipoca, Rafinha, Márcio Thiago, Felipe, Camila Faro, Hütz,

Madolfo, Mônica, Mariana, Lila, Luds e Daniele. E, é claro, a minha trinca de ases: Lol, Chaves, e Ellen.

A todos da Coutto Orchestra, que abandonei para seguir o caminho do Mestrado: Rafael, Alemão, Big John, Pedro Yuri e Fabinho. Calón, Calón! A todas e todos do Festival e do Coletivo Suíça Baiana, sem eles a abstração seria mais difícil.

Da jornada pela qual passei, enquanto estive na Aperipê, agradeço a Clemilda, Cleomar, Elias (os três em memória). Meu agradecimento para Indira Amaral, que me confiou o Departamento de *Marketing* e, posteriormente, o coração da Aperipê TV, o Departamento de Programação. Ao governador Marcelo Déda, que acreditou e confiou na gestão de uma emissora pública sem nunca ter interferido uma vez sequer na gestão ou na programação.

Agradeço ao pessoal do *Marketing*: Aldanny, Jéssica, Ivana, Nívia, André Ruivo, Breno, Kinhu, Manoel Neto, Sofia, Marcela, Camila, Rodrigo Porto, Valentina, Acácia, Ana Paula e à estagiária que me acompanhou nos dois departamentos, Bombardelli. Aos companheiros de gestão: Mário Sérgio, Leo Levi, Adolfo Sá, Aragão, Alex Sant’Anna, Alex Gois, Andreia, Daniel, Jucy Carla, Mayra, Anjo, Paula Gomes, Gabi, Moema, Nadja, e Edu. A Luciano Correia e Jefferson Andrade (pelas entrevistas).

Preciso agradecer também as pessoas que ajudaram no pré-projeto e que sempre cobraram para que eu me inscrevesse no Mestrado: Renata Voss, Vitor Braga, Chris Matos e Ayalla. E pelas grandes discussões e contribuições acadêmicas Iêda Tourinho e Ícaro Medeiros. Outras pessoas me instigaram a esse tema desde o movimento estudantil: Marcelo Arruda, Mari Martins, Igorjat, Renata CCA, Jonas Valente, Rogério Thomaz, Flávio, Vinicius Mansur, Rossana Marinho, Alexandre Henrique Lino, Daniel Fonseca Ximenes, Uiara Sena, Mário César, Karine Dantas e Flavinha Azevedo. Às companheiras e aos companheiros da jornada em defesa da comunicação pública: Natália Chaves, Josimey Costa, Regina Lima, Pola Ribeiro, Eduardo Castro, Israel do Vale e Luciano Alkmim. À Vaneide Dias, Lu Silva, Carla Reis e Fábio Rogério, por me abrirem os olhos para o processo da Ditadura Militar em Sergipe.

A todos do PPGCOM. Às Professoras Lilian, Messiluce, Sônia e Gleide. Professores Matheus, Franciscatto e Barroso que (junto a Lilian) fizeram parte da banca que acreditou neste projeto. Aos meus pares do Mestrado, pelo coleguismo durante as aulas e confabulações: Babi, Marcela, Leo Roeder, Diego, Daine Wood, Polianna,

Cristiano Leal, Najara, Eneida. Também aos meus revisores: Ninalcira, Eloy e Pedro Carvalho.

Para o OBSCOM: Joanne, PV, Carol, Breno, Raiane, Bruna, Diego, Lívia, Beth, e Demétrio. Para as minhas duas queridas avaliadoras da banca: Daniele Canedo e Verlane Aragão, que, em cada crítica que faziam, não perdiam o brilho no olhar por querer ver o melhor que eu poderia dar para este trabalho. Às vezes parecia que elas confiavam mais em mim do que eu mesmo.

E, por fim, ao meu orientador que é um dos principais nomes da Economia Política da Comunicação, e que por isso poderia estar num pedestal longe de nós, meros seres escrevinhadores, mas que é de uma sensibilidade para entender os problemas que conheci em poucas pessoas. César, obrigado por tudo.

Meu desejo sempre foi levar essa experiência para a academia, porque nos eventos de discussão sobre TV pública – e participei e organizei alguns – detectava dois campos com um discurso progressista, mas com visões distantes das realidades. Juntando os preceitos, os conceitos, a experiência empírica à grande leitura da obra de César Bolaño, meu orientador, à visão de mundo, chegamos a este texto.

RESUMO

Nossa investigação procura fazer uma leitura das transformações pelas quais passa o campo público brasileiro de comunicação. Para tanto, buscamos entender as emissoras públicas como parte da estrutura. Nessa perspectiva, procuramos debater a função de cada um dos tipos de emissoras do campo público, sua cronologia e o seu uso histórico por políticos, mas também sua relação com o campo privado e com a audiência. Fazemos, por outro lado, um resgate histórico relacionando os acontecimentos da política aos que fazem parte da narrativa das emissoras públicas brasileiras. A pesquisa incluiu entrevistas e uma exaustiva análise de documentos, leis e de impressos. Como estudo de caso, escolhemos focar na história da Fundação Aperipê de Sergipe, procurando entender como funciona a gestão, a estrutura e a participação popular nas emissoras do sistema público sergipano. Ou seja, pretendemos entender a estrutura e apontar as suas contradições, aproximando teoria e realidade, para discutir a relevância dos meios públicos de comunicação para a sociedade como instrumento de Estado, suas próprias definições e razões de ser.

Palavras-chave: Serviço Público de Comunicação; Democratização da Comunicação; Economia Política da Comunicação; Participação Popular.

ABSTRACT

Our research seeks to do a reading of the transformations undergone by the Brazilian public communication system. Therefore, we seek to understand the public broadcasters as part of the market structure, next to the trade. In this perspective, we try to discuss the function of each type of public broadcasters field, its chronology and its historical use by politicians, but also its relationship with the private field and with the audience. We, on the other hand, a historical listing the policy to events that are part of the narrative of Brazilian public broadcasters. The survey included interviews and a thorough analysis of documents, laws and printed. As a case study, we chose to focus on the history of Aperiipê Sergipe Foundation, trying to understand how the Management, Structure and Popular Participation in the Sergipe public broadcasting system. In other words, we aim to understand the structure and point out its contradictions, approaching theory and reality, to discuss the importance of public media for society as a state instrument, its own definitions and reasons for being.

Keywords: Public Broadcasting Service; Democratization of Communication; Political Economy of Communication; Popular Participation.

“Todo coração é uma célula revolucionária”

(Hans Weingartner e Katharina Held)

LISTA DE QUADROS

Quadro 1– Cronologia da Radiodifusão Brasileira (1923 a 1967)	29
Quadro 2 – Periodização da TV de massa no Brasil	31
Quadro 3 – Cronologia das Organizações Globo (1991 a 2014).....	32
Quadro 4 – Cronologia da TV Pública Brasileira.....	46
Quadro 5 – Cronologia da Empresa Brasil de Comunicação	57
Quadro 6 – Quadro de Cobertura da TV Brasil.....	61
Quadro 7 – Quadro de Emissoras Estaduais Afiliadas a TV Brasil.....	62
Quadro 8 – Características da Gestão das Televisões Legislativas na América Latina, Estados Unidos e França.	66
Quadro 9 – Características da Gestão das Televisões das Assembleias Legislativas Estaduais no Brasil	68
Quadro 10 – Cronologia das TVs Legislativas (1935-2006).....	69
Quadro 11 – Cronologia das TVs Universitárias.....	74
Quadro 12 – Alinhamento Político entre os Governos Estadual e Federal	86
Quadro 13 – Quadro atual da distribuição dos meios de comunicação entre os grupos sergipanos	92
Quadro 14 – Cronologia das Leis que alteram os Estatutos e a Ligação Institucional da Fundação Aperipê	94
Quadro 15 – Cronologia das Presidências da FUNDAP	98
Quadro 16 – Estrutura de Programação Local da TV Sergipe de 2ª a domingo.....	110
Quadro 17 – Estrutura de Programação Local da TV Atalaia de 2ª a domingo	111
Quadro 18 – Estrutura de Programação Local da Aperipê TV de 2ª a domingo	112

Lista de Figuras

Figura 1 – Composição do Conselho Deliberativo da Fundação Aperipê..... 102

Figura 2 – Composição da Diretoria Executiva da Fundação Aperipê..... 102

LISTA DE SIGLAS

ABD – Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-metragistas

ABEPEC – Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais

ACERP – Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto

AM – Amplitude Modulada

ANCINE – Agência Nacional de Cinema

ARENA – Aliança Renovadora Nacional

BBC – *British Broadcasting Corporation*

BNB – Banco do Nordeste Brasileiro

CBT – Código Brasileiro de Telecomunicações

CD – *Compact Disc*

CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito

DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda

DOCTV – Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro

DOCTV CPLP – **DOCTV** Comunidade de Países de Língua Portuguesa

DOCTV IB – **DOCTV** Ibero América

DVD – *Digital Versatile Disc*

EBC – Empresa Brasil de Comunicação

EPC – Economia Política da Comunicação

FCBTVE – Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa

FM – Frequência Modulada

FUNDAP – Fundação Aperipê de Sergipe

HDTV – *High Definition Television*

INCE – Instituto Nacional de Cinema

IURD – Igreja Universal do Reino de Deus

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

LCD – *Liquid Crystal Display*

MEC – Ministério da Educação

MinC – Ministério da Cultura

MiniCom – Ministério das Comunicações

MP – Medida Provisória

MPEG – *Moving Picture Experts Group*

MMDS – *Multichannel Multipoint Distribution System* (Serviço de Distribuição Multiponto Multicanal)

PMA – Prefeitura Municipal de Aracaju

PGE-SE – Procuradoria Geral do Estado de Sergipe

PFL – Partido da Frente Liberal

PR – Partido Republicano

PSC – Partido Social Cristão

PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira

RCA – *Radio Corporation of America*

RPTV – Rede Pública de TV

R-TVs– Retransmissoras e repetidoras de televisão

SAV – Secretaria do Audiovisual

SBT – Sistema Brasileiro de Televisão

SeAC – Serviço de Acesso Condicionado

SINRED – Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa

TIM – *Telecom Italia Mobile*

TV – Televisão

UFS – Universidade Federal de Sergipe

UHF – *Ultra High Frequency*

VHF – *Very High Frequency*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	19
CAPÍTULO 1: O MERCADO BRASILEIRO DE TELEVISÃO	22
1.1 – O surgimento da televisão brasileira	28
1.2 – A legislação do audiovisual brasileiro.....	36
CAPÍTULO 2: O SISTEMA PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO BRASILEIRO	45
2.1 – Uma breve história do sistema público de comunicação brasileiro.....	45
2.2 – Panorama da Empresa Brasil de Comunicação (EBC).....	55
2.4 – Um breve panorama das demais emissoras do campo público	66
2.4.1 – As Legislativas	66
2.4.2 – As comunitárias.....	71
2.4.3 – As universitárias.....	73
2.4.4 – O canal da cidadania	76
2.5 - Os canais privados de espírito educativo	78
CAPÍTULO 3: O CASO DA APERIPÊ TV	82
3.1 – Um breve histórico da radiodifusão em Sergipe	82
3.2 - A Aperipê	93
3.2.1 - Histórico.....	93
3.2.2 - Estrutura.....	100

3.2.3 - Gestão	101
3.2.4 – Modelos de Financiamento	106
3.2.5 – Programação.....	110
CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	120
SITES	124
ANEXOS	125

INTRODUÇÃO

Esta investigação organiza-se sobre três eixos: Gestão, Estrutura e Participação Popular. O eixo Gestão contém as subpartes Financiamento e Autonomia, que, a meu ver são indissociáveis. Uma das conclusões a que chegamos é que as emissoras públicas não podem depender nem exclusivamente do financiamento dos governos (orçamentos contingenciáveis), nem muito menos de financiamento privado, para não perder autonomia de gestão, ou ser controladas por interesses particulares, seja de partidos políticos, seja do mercado, perdendo assim o foco da sua atuação na cultura e na informação.

No concernente ao segundo eixo, Estrutura, as emissoras públicas, estaduais, regionais ou federais, possuem desafios e realidades parecidos. Com o passar do tempo, e conforme o interesse maior ou menor de determinados governos, percebemos as diferenças na política de investimentos, ou na manutenção e modernização dos equipamentos, da parte física ou mesmo na expansão do sinal de cobertura. Mesmo com o surgimento de novas tecnologias que diminuem o preço dos equipamentos, tanto a migração para o sinal digital, como a atualização dos parques tecnológicos ainda parece ser um desafio para essas empresas de comunicação.

No que se refere à Participação Popular, em nosso trabalho procuramos analisar a formação dos Conselhos Deliberativos. Esses conselhos deveriam ser amplos, com a maior representação possível da sociedade, e deveriam influenciar na gestão das fundações ou empresas mantenedoras das emissoras públicas. Em nossa pesquisa estabelecemos comparações entre os casos locais, nacionais e internacionais. Em alguns casos, como o da TV Cultura não basta um grande número de conselheiros se a composição do conselho não permite uma grande representatividade da sociedade.

Nossa investigação trabalha estes três eixos de forma isolada e de forma conjunta, tentando ampliar a visão sobre o campo público. A opção pela adoção da ótica da Economia Política da Comunicação (EPC) foi feita porque, a partir dela, conseguimos expressar nosso pensamento e modo de ver a realidade dessas emissoras como uma totalidade. Uma análise estrutural desse tipo do campo público de televisão não pode descuidar de uma a apresentação do mercado brasileiro de televisão (ou mercado brasileiro de conteúdos audiovisuais) como um todo, do seu início até hoje, incluindo reflexões sobre o seu futuro próximo, previsível.

Um aspecto importante nesse sentido são as relações e ligações entre os proprietários dos meios de comunicação e os detentores de cargos políticos, em nível local, regional ou nacional, assim como aqueles entre o governo federal e os governos estaduais e como eles influenciaram, no caso de Sergipe o cotidiano das administrações públicas (dentro e fora da comunicação).

No que se refere à periodização, partimos daquela de César Bolaño (2004) para o mercado brasileiro de televisão, estendido posteriormente pelo próprio autor para o rádio (BOLAÑO, 2012) nossa própria pesquisa procura abrir caminho para futuras atualizações deste trabalho apontando novos eixos a serem analisados a partir das movimentações realizadas pela Rede Globo, ainda a principal empresa do mercado audiovisual brasileiro.

Assim, o primeiro capítulo desta dissertação se dedica a uma análise histórica e econômica do mercado brasileiro de televisão. Numa primeira seção, teórica, procuramos definir os conceitos relativos ao chamado campo público de comunicação, buscando alcançar suas particularidades e singularidades e compreender a reconfiguração pela qual vem passando, ligados às transformações atuais do mercado brasileiro de comunicação. No capítulo também tratamos da configuração legal do sistema comunicação brasileiro, baseado nos marcos regulatórios existentes na legislação brasileira.

No segundo capítulo, falamos de cada um dos tipos de emissoras: TVs Legislativas, Comunitárias, Canal da Cidadania e Universitárias. No caos das educativas culturais, falamos com mais destaque da TV Brasil. Da mesma forma que no capítulo inicial, procuramos traçar uma cronologia histórica dessas emissoras.

O terceiro capítulo traz nosso estudo de caso, a Fundação Aperipê, mas trata um pouco da história do mercado sergipano de comunicação, indissociável da história política e econômica da comunicação brasileira, tendo como foco a comunicação pública.

Nas Considerações Finais, fazemos uma análise do nosso objeto e recuperamos uma contribuição de Brittos e Bolaño (2008) para o debate sobre um modelo de TV pública para o Brasil, apontando os caminhos para uma atualização dessa leitura frente às mudanças tecnológicas de 2008, quando o texto foi publicado inicialmente, para 2014.

Com isso, ambicionamos contribuir, na medida das nossas limitações, para a compreensão do campo público de comunicação brasileiro e suas realidades escondidas em exemplos locais. Se ousamos usar Sergipe para fazer um registro histórico desse campo, a partir da investigação de um objeto local, talvez tenhamos conseguido contribuir para no futuro, com a replicação do projeto em outras realidades locais, será fundamental: tornar visível o que antes era invisível!

CAPÍTULO 1: O MERCADO BRASILEIRO DE TELEVISÃO

No capítulo que segue, faremos uma análise do mercado brasileiro de televisão. Tentamos aqui estabelecer subsídios para que possamos teorizar e reconhecer quais são os elementos atuais desse mercado. Interpretamos os fenômenos que definem as principais diferenças e pontos de encontro entre os modelos público e comercial. Para tanto, iremos procurar alcançar as suas particularidades e singularidades, buscando compreender a reconfiguração pela qual passa o campo público de comunicação, as suas relações com a sociedade, com os governos e o seu lugar no Estado, bem como as transformações pelas quais passa o mercado brasileiro de comunicação.

Embora durante todo o texto nos seja usual ressaltar a dificuldade de encontrar trabalhos teóricos, ou mesmo registros históricos, sobre a TV Pública brasileira, devemos ressaltar a grandeza e a heterogeneidade de abordagens e definições sobre TV Pública pelo mundo. Com este trabalho esperamos contribuir para diminuir a defasagem que existe na discussão do tema, incentivando a realização de novas pesquisas para que o desconhecimento sobre “o que é, para que e para quem serve a TV Pública” (sobre tudo a brasileira) diminua consideravelmente.

Se no Brasil predomina a expressão Sistemas Públicos de Televisão, em países de língua inglesa fala-se em *Public Service Broadcasting* ou *Public Broadcasting*. Embora parecidas, as duas expressões podem ter sentidos distintos. A principal diferença em termos de análise é que em alguns países essa concepção de serviço público se amplia, inclusive ao que, no Brasil, chamamos de emissoras comerciais ou emissoras privadas, que são as empresas detentoras de concessões públicas para prestar o serviço de radiodifusão (VALENTE, 2009).

Para Valente (2009, p.174), a concepção de *Public Service Broadcasting* se aproxima do que entendemos como Serviço Público de Televisão, e deveria ser atualizada para *Public Service Media*, que seria mais próximo de Serviço de Mídia Pública.

Assim, a segunda expressão se aproximaria mais dos tempos de convergência de mídias, numa visão mais ampla do que seria o atual mercado do audiovisual.

Em termos de classificação, não negando esses modelos já citados, sugerimos a concepção de Serviço Público de Audiovisual¹, por abranger, de fato, a produção e veiculação do conjunto de mídias: Rádio, Televisão, Vídeos e Cinema, uma vez que as empresas do mercado brasileiro de comunicação atuam em várias dessas frentes, mesmo que no campo público apenas as emissoras da Fundação Padre Anchieta (Rádio e TV Cultura) e algumas experiências recentes da TV Brasil², atuem com sua produção de conteúdo para outros espaços que não apenas a radiodifusão. Acreditamos que, num momento bem próximo, essa realidade das emissoras públicas vá se ajustar à das emissoras comerciais.

Reflexo dessa tendência é o recente edital Brasil de Todas as Telas³, que é um convênio entre a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e a Agência Nacional de Cinema (ANCINE) que investirá cerca de R\$ 1.000.000.000 (1 bilhão de reais) na programação das emissoras afiliadas da TV Brasil.

O marco teórico desta dissertação é a Economia Política da Comunicação (EPC). Trata-se de um trabalho com características multidisciplinares que utiliza contribuições da Economia e, sobretudo, da Comunicação para tratar das emissoras do campo público e apresentar nossa leitura sobre o mercado brasileiro de comunicação, utilizando a periodização de Bolaño (2012), que complementa aquela original (Bolaño, 2000), em diálogo com pesquisadores do rádio. A partir dessa periodização, para a qual esperamos ter dado também uma contribuição, referente ao período mais recente, tratamos de montar quadros de análise e uma linha de raciocínio cronológica que possibilitem uma melhor compreensão da atuação dos governos e demais atores dos processos que resultaram no que hoje são o mercado de TV de massa, de TV segmentada e, nesse caldo, o campo público de comunicação⁴, no Brasil.

¹ É possível achar a discussão deste conceito pelo parlamento dos Açores. Neste trabalho não a aprofundamos por se tratar de algo que organiza, mas não nega as concepções anteriores. Ver a Resolução n.º 17/2014/A - Serviço público de rádio e televisão nos Açores. Disponível em: <http://www.gmcs.pt/pt/resolucao-n-172014a-servico-publico-de-radio-e-televisao-nos-acores>

² Alguns documentários produzido pelos editais DocTV (TV Cultura, TV Brasil e as demais emissoras da ABEPEC) já foram exibidos em alguns festivais de cinema, como veremos mais adiante nesta pesquisa. Acreditamos, mesmo com esses documentários não sendo realizados diretamente para o cinema, que a tendência de que se gerem produtos para todas as mídias, seja em breve seguido pelas emissoras públicas.

³ Ver: <http://ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/conhe-o-programa-brasil-de-todas-telas>

⁴ Campo público é a expressão que adotamos para alocar as emissoras públicas, estatais e culturais, a partir do diagnóstico que essas emissoras realizaram no I Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado em Brasília, na Câmara dos Deputados, em 2007.

No plano teórico, retomamos a definição das funções sociais dos meios de comunicação, de Bolaño (2000): propaganda⁵, publicidade⁶ e programa.⁷ Segundo o autor, a Indústria Cultural, ou os meios de comunicação no seu conjunto sempre têm que cumprir, no Capitalismo Monopolista, essas três funções. Compreender a estrutura de um sistema nacional qualquer de comunicação consiste, assim, em saber como ele se organiza para cumprir, no século XX, essas três funções.

Para a EPC, os meios de comunicação são elementos fundamentais para o desenvolvimento do capitalismo (KOLESKI, 2010). Assim, uma série de fatores, ligados ao desenvolvimento histórico dos meios de comunicação, são fundamentais para o estado do desenvolvimento capitalista brasileiro. É muito interessante relacionar os acontecimentos históricos, políticos e econômicos com a história dos bens simbólicos, de sua produção e distribuição.

Para isso, montamos um quadro apresentando os atores da comunicação sergipana, relacionando o nome das famílias donas dos meios, os veículos nacionais aos quais estão ligados, os partidos, quais dirigentes têm ou tiveram mandatos públicos e, finalmente, uma lista com as outras empresas relacionadas com essas famílias.

No que se refere à análise da concorrência seguimos a mesma linha de Valério Brittos:

Adota-se aqui uma perspectiva dinâmica de estudo, das Estruturas de Mercado, a qual foca na ideia de concorrência, sendo chaves as noções de barreiras à entrada e oligopólio. Neste rumo, segue-se majoritariamente as pistas oferecidas por Mario Luiz Possas. No contexto da teoria dinâmica das Estruturas de Mercado, a concorrência é o princípio unificador básico de determinados elementos explicativos do comportamento da empresa (Brittos, 2004, p. 16).

Mas o sistema privado, em princípio, deve cumprir também, responsabilidades de serviço público. No caso do Brasil:

Um princípio que pode ser tomado como consensual é aquele constitucional da complementaridade entre os sistemas público, privado

⁵ Venda de uma ideia, ou ideologia, para o público através do contato, por veiculação, dos produtos audiovisuais.

⁶ Divulgação de um produto para um público que forma a audiência de um meio de comunicação.

⁷ Veiculação de produtos audiovisuais que criem desejo de ser vistos pelo público de um meio, ou de um veículo, de comunicação.

e estatal, mesmo que as definições de cada um desses conceitos ainda não existam, nos termos da lei, sendo elas parte justamente do processo anteriormente. (BOLAÑO; BRITTOS, 2008, p. 10)

Valente (2008 e 2009), por sua vez, falando em “complementariedade marginal”, para designar qual parte dessa complementariedade cabe às emissoras do campo público⁸:

No Brasil, as TVs públicas foram constituídas sob uma condição de “complementariedade marginal”. Empregamos o termo para designar o papel secundário experimentado por estas experiências em sua evolução histórica em relação à estruturação do modo de regulação setorial da televisão na Indústria Cultural brasileira. Neste processo, a referida condição se desenvolveu condicionada, em cada fase específica, pelos papéis definidos pelos compromissos institucionalizados firmados no âmbito dos interesses do Estado e do capital para a reprodução do modo de regulação setorial da televisão (VALENTE, 2009, p. 52).

Para uma classificação das TVs públicas, usamos como referência especialmente o trabalho de Lopes (2010), definindo as TVs Educativas de Santa Catarina em: 1) TV Educativa Educacional; 2) TV Educativa Religiosa; 3) TV Educativa Política e 4) TV Educativa Empresarial. Sobre essa classificação, afirma:

A partir dos dados obtidos, criamos uma classificação abrangendo quatro diferentes blocos. Construímos, portanto, uma tipologia partindo do fato de que os integrantes de cada um desses blocos têm interesses bastante parecidos entre si no que diz respeito à programação, procedendo de forma semelhante no gerenciamento da emissora e, por outro lado, têm interesses diferentes quando comparado aos outros grupos ou blocos. Cabe destacar que a classificação possui uma intenção didática, não querendo apontar para a existência de grupos puros. Isto é, uma ou algumas características de um grupo podem estar presente em outro grupo, embora não sejam as predominantes. É a característica predominante que tipifica o grupo (LOPES, 2010, p. 66).

Também voltamos ao trabalho do INTERVOZES (2009) e as classificações dos tipos de veículos de comunicação públicos: Elitista, Culturalista e Aparelho de Estado. Outra importante contribuição é a de Bolaño e Brittos (2008), que defende um modelo mais adequado para a construção de uma TV Pública, no Brasil. Tal modelo, apesar de

⁸ A partir da realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas: “foi adotada no Brasil a expressão ‘Campo. Público’ para designar as emissoras não-comerciais em operação no nosso país, nomeadamente aquelas ligadas à Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), à Associação Brasileira de Rádios e TVs Legislativas (ASTRAL), à Associação Brasileira de TV Universitária (ABTU) e à Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM)”. (VALENTE, 2009, p.9)

não ser uma classificação, como veremos no capítulo derradeiro desta dissertação, trata de propor 3 tipos de TVs públicas: uma nacional, uma regionalizada e uma local.

Para a discussão das TVS Legislativas, recorreremos ao trabalho de Mariana Martins Carvalho (2014), e à cronologia apresentada por Santos (2006), que atualizamos até o ano de 2014. Também sobre as legislativas, Marcia de Almeida Jardim (2008) apresenta um olhar sobre a realidade dessas emissoras internacionais.

No campo das Emissoras Comunitárias e do Canal da Cidadania, utilizamos como principal referência, Cicília Peruzzo (1998), além dos trabalhos de Brittos sobre a multiplicidade da oferta, pois entendemos que a legislação de 1995 até 2014 são legislações complementares, no sentido de que a Lei do Setor de Acesso Condicionado (SeAC) é uma atualização da Lei do Cabo.

Ao longo do trabalho encontraremos ligações históricas e políticas da comunicação em Sergipe, principalmente no uso das emissoras públicas, com a política nacional. Assim, contando a história da Aperipê e realizando a sua análise em termos locais, conseguimos contar e analisar a comunicação pública brasileira. Por isso, montamos uma série de quadros, com olhar microeconômico e micropolítico, para mostrar, as relações do local com o nacional, na organização do campo público de comunicação.

Ao mesmo tempo, no último capítulo discutimos, a partir de documentos históricos, a continuidade e descontinuidade da administração da emissora pública que é nosso estudo de caso.

Embora haja muitas controvérsias sobre o surgimento do rádio, o fato é que a partir de 1906 já existia tecnologia suficiente para que o seu desenvolvimento, pelo menos, como uma espécie de propagador de sons (LIMA, 2008, p. 22). Sua utilização ganha mais força como meio de comunicação depois da Primeira Guerra Mundial. Data-se daí o surgimento de um veículo importante até hoje, que é a British Broadcasting Corporation (BBC), a rádio pública do Reino Unido.

Ao contrário de outros países, como os europeus, a radiodifusão surge no Brasil como um serviço de concessão prestado por empresas privadas, o que muda a lógica de formação de mercado e a própria percepção da população sobre as funções dos veículos, que são vistos como empresas comerciais e não como prestadores de serviço público.

No Brasil, o rádio surge cinco anos depois da Primeira Guerra, em 1 de maio de 1923, com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (FERRARETO, 2009), seguida pela Sociedade Rádio Educadora Paulista. Data de 1924 a primeira autorização para uma rádio

veicular anúncios de publicidade, a Rádio Clube do Brasil (BOLAÑO, 2012). Mas o país ainda vivia a República Velha e seu aparato industrial dificilmente seria capaz de patrocinar o potencial mercado radiofônico que viria a surgir poucos anos depois.

Com a industrialização dos anos 1930, a publicidade começa a ganhar impulso, mas o meio ainda é utilizado fundamentalmente como veículo de propaganda. O mercado publicitário ainda era incipiente, embora suficiente para as necessidades da época:

Pode-se imaginar que a função propaganda foi hegemônica ao longo de todo o período que abrange a Revolução de 30, a Revolução Constitucionalista de 32 e todo o Estado Novo, ainda que a importância da publicidade tenha sido naturalmente crescente (Bolaño, 2012, p. 7).

Para o autor, devemos marcar o primeiro corte na periodização do rádio brasileiro no ano de 1931, por se tratar do primeiro momento em que acontecia uma guinada rumo profissionalização da área:

O ano de 1931 foi justamente o da compra da Record por Paulo Machado de Carvalho, que iniciará as mudanças referidas no sentido da profissionalização e da organização adequada do meio para a venda de publicidade, bem como a definição dos principais produtos veiculados. Também de 1931 (27 de maio) é o Decreto 20.047, regulamentado pelo Decreto 21.111, de 1 de março de 1932, que implanta o estatuto jurídico da radiodifusão no país (Bolaño, 2009, p. 7).

Com as mudanças realizadas pelo governo em 1932, a publicidade passa a ser liberada e o rádio passa a ser um lucrativo e poderoso meio de comunicação. Exatos dez anos depois do primeiro ponto de corte proposto pelo autor, em 1941, surge o segundo ponto: e estatização da Rádio Nacional (da qual falaremos mais adiante), que, embora não aponte mudanças na relação com as rádios comerciais, representa a criação do modelo estatal e o início da tentativa de criar, através dos meios de comunicação, a imagem de um Brasil nacionalista.

O surgimento da Rádio Nacional, sua aproximação com as gravadoras e a ampliação da publicidade, apoiada no desenvolvimento da indústria, criaram as condições para que, anos mais tarde, com a popularização dos aparelhos receptores de rádio, se avançasse na montagem não de uma Indústria Cultural, no sentido estrito do termo, mas no seu embrião, constituído pelo que conhecemos como Era do Rádio Brasileiro.

O modelo de negócio adotado pela Rádio Nacional, realizando as funções de programa, propaganda e também publicidade, fez do governo mais um ator do mercado

da comunicação da época. Uma vez que a rádio estatal tinha a maior cobertura e uma relevante estrutura de produção, os elementos para o desenvolvimento de uma Indústria Cultural Brasileira começaram a se organizar. Mas ainda faltava o principal, a implantação do capitalismo monopolista, o que ocorrerá anos mais tarde. O meio que consolidará esse processo será a televisão.

Assim, “nas décadas de 1930 e 1940 era muito comum que as empresas jornalísticas, principalmente as de grande porte, possuísem também emissoras de rádio. O principal exemplo é o do grupo dos jornais associados de Chateaubriand” (Calabre, 2005, p. 289).

1.1 – O surgimento da televisão brasileira

Em 1950, Assis Chateaubriand, proprietário dos Diários Associados (um conglomerado de empresas de comunicação que incluía emissoras de rádio e jornais, em diversos estados do país), inaugura em São Paulo a TV Tupi (Canal 3). No ano seguinte inaugura a TV Tupi do Rio de Janeiro. Em 1952, um grupo de empresários paulistas inaugura a TV Paulista (Canal 5), que em 1954 é vendida para as Organizações Victor Costa, grupo dono da Rádio Excelsior. Antes disso, em 1953, surge a Record (Canal 7), a única, dentre as pioneiras, que sobrevive até hoje.

Na política, nesse período, Getúlio Vargas toma posse mais uma vez como Presidente da República mas, ao contrário do protagonismo que teve no rádio, seu governo, abreviado pelo suicídio, pouco interferiu na regulação da mídia televisiva.

Em 1957, o projeto interrompido pelo suicídio de Getúlio Vargas, de montar uma TV Nacional, é retomado por Juscelino Kubitschek, que sofre ameaças de perseguição política de Assis Chateaubriand, com seu poderio midiático. Seja como for, o projeto não avançou. De acordo com Leal Filho⁹: “Terminou também aí o sonho de uma televisão pública nacional, capaz de cobrir todo o país, como já fazia com competência a Rádio Nacional.”. No mesmo ano, Juscelino outorgou a concessão, do Canal 4, para a Globo, no Rio de Janeiro, que, no entanto, só seria ativada anos depois, já durante o regime militar, como veremos em seguida.

⁹ Disponível em: <http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/70/lalo-leal>

Em 1958, Chateaubriand obtém a concessão do Canal 2, enquanto Vitor Costa consegue o Canal 9, a quem deu o nome de TV Excelsior. Porém, a concessão só foi utilizada, em 1959 quando foi vendida para um grupo de empresários liderados pela família Simonsen. Nesse mesmo ano, Chateaubriand adquiriu a Rádio Cultura, junto à família Fontoura. Em 1960, as Emissoras Associadas, da rede de Chateaubriand, inauguram o Canal 2, adquirido dois anos antes, e dão a ele o nome de TV Cultura. Embora tenha esse nome, a programação tinha conteúdo eminentemente comercial. Ainda em 1960, a TV Record sofre um grande incêndio (LIMA, 2010).

No quadro 1, a seguir, apresentamos uma cronologia sucinta dos principais acontecimentos que marcaram o surgimento da radiodifusão, no Brasil.

Quadro 1– Cronologia da Radiodifusão Brasileira (1923 a 1967)

1923	Criação da Rádio Sociedade, no Rio de Janeiro
1923	Sociedade Rádio Educadora Paulista
1932	Liberação da Publicidade no Rádio ¹⁰
1939	Criação do DIP ¹¹ (Departamento de Imprensa e Propaganda)
1950	Assis Chateaubriand inaugura em São Paulo a TV Tupi (Canal 3)
1951	Assis Chateaubriand inaugura a TV Tupi do Rio de Janeiro
1952	Um grupo de empresários paulistas inaugura a TV Paulista (Canal 5)
1953	Criação da TV Record (Canal 7)
1954	TV Paulista é vendida para as Organizações Victor Costa (da Rádio Excelsior)
1957	Globo recebe uma concessão para operar no Rio de Janeiro (Canal 4)
1958	Assis Chateaubriand obtém a concessão do Canal 2
1958	Victor Costa consegue a concessão do Canal 9
1959	Venda da concessão e posterior criação da TV Excelsior
1959	Assis Chateaubriand adquire a Rádio Cultura
1960	Assis Chateaubriand inaugura o Canal 2 (TV Cultura)
1960	A TV Record sofre um incêndio
1962	Globo recebe concessão para operar em Brasília
1962	Criação do Código Brasileiro de Telecomunicações ¹² (CBT)

¹⁰ Decreto nº 21.111 de 01/03/1932 (presidente Getúlio Vargas) Acessado em: www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html

¹¹ Órgão federal, encarregado da censura dos meios de comunicação.

¹²Decreto de lei número 4.117, de 27 de Agosto de 1962.

1967	Governo federal muda a legislação sobre concessões de Telecomunicações ¹³
------	--

Fonte: Elaboração própria com base na literatura

Com o surgimento da TV Globo, em 1965, inicia-se um processo de concentração ligado a uma série de fatores políticos e econômicos que transformarão profundamente o mercado brasileiro de televisão, sob o comando desse que se tornaria o maior grupo de comunicação do país, até hoje. Como afirma Bolaño:

A hegemonia da Globo, a partir da construção da sua rede nacional, iniciada ao final de 1969, marca, na verdade, uma ruptura fundamental entre um mercado concorrencial, não integrado nacionalmente, com baixas barreiras à entrada, para outro, um oligopólio altamente concentrado, que se define em nível nacional. Só então se pode falar, rigorosamente, em Indústria Cultural, entendida como a forma especificamente capitalista de produção cultural, sob o Capitalismo Monopolista, o que coincide com as transformações por que passava a publicidade (...) em conformidade com as transformações mais gerais do capitalismo tardio brasileiro (Cardoso de Mello, 1982). (Bolaño, 2012, p. 3)

A hegemonia da Globo no mercado brasileiro de televisão pode ser imputada à sua capacidade de inverter rapidamente a lógica do próprio mercado, o que se deve, intrinsecamente, a uma série de fatores. Fábio Koleski resume bem o ponto:

Os fundamentos básicos do mercado concorrencial começaram a ruir a partir de 1965, com a entrada da Rede Globo no mercado. A empresa, até então proprietária de jornais e rádios, traz então para o mercado de televisão altos volumes de capital aportados por sua parceira norte-americana Time-Life. Traz, também, um conjunto técnicas de produção, métodos gerenciais e, principalmente, mecanismos comerciais que haviam sido desenvolvidos no mercado norte-americano mas que, por aqui, eram novidade. Juntos, os aportes em dólares e a transferência de *know-how* fizeram com que a empresa, rapidamente, invertesse a lógica do mercado nacional (Koleski, 2010, p. 64).

No mesmo ano, 1970, em que se expande para todas as regiões do país, a Globo realiza um grande volume de investimentos, em recursos humanos e tecnológicos, graças

¹³ Decreto de lei nº 0236, que muda os artigos 24 e 53 da Lei número 4.117, de 27 de agosto de 1962 (que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações).

a situação confortável, oriunda do acordo com a Time-Life, que a levava inclusive a passar por uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), no ano de 1967¹⁴.

Quatro anos depois de entrar no mercado de televisão, em 1 de setembro, de 1969 a Rede Globo realiza a primeira transmissão de um noticiário jornalístico, ao vivo e em rede nacional. Para Bolaño (2004 e 2012) tal fato constitui o marco final o período de transição (1965 – 1969) do mercado de televisão comercial para o oligopólio.

A partir dos anos 1990, o Grupo Globo passa por uma reestruturação. Além das empresas que já existiam (o jornal e a Rede Globo), o grupo passa a atuar na programação da TV por assinatura, na produção e empacotamento e na distribuição de conteúdo. Neste último campo, logo deixou de atuar. Nesse período surge no mercado um duopólio entre Globo e o Grupo Abril, na área da TV por assinatura. A Globo Sat é a única concorrente da TV Abril S.A. (TVA). Data também dessa década o surgimento da Globo Filmes, que decreta a entrada do grupo como empresa produtora do mercado de Cinema.

O quadro 2, a seguir, apresenta uma periodização da televisão brasileira, proposta por Bolaño (2010)

Quadro 2 – Periodização da TV de massa no Brasil

PERÍODO	CARACTERÍSTICA
1950 – 1965	Mercado concorrencial
1965 – 1969	Período de transição. A televisão começa a superar o rádio no investimento publicitário e passa a ser o principal veículo de massa.
1970–1980	Oligopólio; Início das transmissões do sistema de rede.
1980 – 1995	Oligopólio; Auge da TV de massa.
A partir de 1995	A fase da multiplicidade de oferta ¹⁵

Fonte: Elaboração própria com base na literatura.

No quadro 3, a seguir, apresentamos uma cronologia do desenvolvimento das Organizações Globo a partir do início da década de 1990. Esses acontecimentos fundamentarão uma proposta, apresentada adiante, de leitura do momento atual e as tendências convergentes para a qual a televisão têm se encaminhado.

¹⁴ A Globo perde na CPI, mas o presidente do regime militar na época lhe concede o direito de se reestruturar financeiramente, sem que haja nenhum tipo de multa.

¹⁵ O conceito da multiplicidade de oferta é desenvolvido por Valério Brittos (2006).

Quadro 3 – Cronologia das Organizações Globo (1991 a 2014)

ANO	MÊS	EVENTO
1991	Novembro	Lançamento da Globosat, a primeira programadora brasileira de TV por assinatura com 4 canais: Multishow, Top Sports, GNT e Telecine
1993	Junho	Globosat se concentra na produção de conteúdo e empacotamento de programação e abandona a distribuição
1997	Julho	Lançamento do serviço de <i>pay per view</i> <i>Premiere</i>
1997	Outubro	Lançamento da primeira rede de canais de filmes da indústria de TV por assinatura - a Rede Telecine com 5 canais - cada um direcionado a um gênero de programação
1998	-	Lançamento da Globo Filmes ¹⁶
2000	Março	Lançamento da Globo.com, portal do Grupo Globo na Internet.
2006	Setembro	A Globo.com lança o G1, o portal de notícias das Organizações Globo. Desde então, o público tem acesso, em um só endereço, ao conteúdo de jornalismo da Globo, da Globo News, das rádios Globo e CBN, dos jornais O Globo e Diário de São Paulo, das revistas Época e Globo Rural, entre outras. O portal estreou com cobertura especial das eleições 2006.
2006	Outubro	Lançamento do primeiro canal de esportes dirigido ao mercado internacional, o PFC Internacional
2007	Novembro	Lançamento do primeiro canal 24h em alta definição do Brasil – Globosat HD
2011	Março	Globosat faz a primeira transmissão em 3D, de forma experimental, em parceria com a TV Globo e Net Serviços
2011	Agosto	Lançamento do serviço de conteúdo sob demanda chamado MUU com programação dos canais Globosat na íntegra exibida via internet
2014	Janeiro	Globo lança novo portal de entretenimento, o GShow.
2014	Maio	Globo Sat lança o Globo Sat Play, para substituir o MUU
2014	Junho	Globosat faz a primeira transmissão utilizando a tecnologia 4K, com os jogos da Copa do Mundo no Brasil

Fonte: Portal Globo.com

A partir de 1995 (multiplicidade da oferta) é preciso considerar as redes de TV de massa como concorrentes da TV segmentada e da internet. De um ponto de vista microeconômico, como aponta Brittos (2001), é possível estabelecer um paralelo entre:

a) O processo de passagem da concorrência ao oligopólio, no mercado brasileiro de

¹⁶ Sobre a Globo Filmes: “A criação da Globo Filmes, em 1998, foi responsável, dentre outras coisas, por introduzir no Brasil o conceito de *cross-media* [mídia cruzada] no cinema nacional, uma prática que vigora há anos no mercado internacional, sobretudo no americano, que é a de um grupo de entretenimento poder trabalhar de forma articulada cinema, televisão, mídia impressa” (LUSVARGHI, 2007, p. 1)

televisão (1965 a 1970); b) O processo de estabelecimento do mercado de TV segmentada (1992 a 1995), de modo que é possível aplicar um modelo teórico muito semelhante para o estudo desse novo setor da Indústria Cultural.

No final dos anos 1990 há uma crise financeira internacional. Essa crise, que acontece entre os anos de 1997 e 2001, é marcada pela ascensão e declínio da valorização das empresas de internet na bolsa de valores. À ela foi dado o nome de Bolha.com. Para termos econômicos, bolha é um termo que se usa no mercado para representar o crescimento anormal do valor das ações em períodos de crise especulativo até que ocorra o estouro da bolha, isto é, a queda da bolsa pela desvalorização rápida das ações. A chamada bolha especulativa das empresas “Pontocom”:

Ocorreu aproximadamente entre 1997 e 2001. Os mercados de ações de empresas que atuavam na Internet tiveram seu valor aumentado rapidamente. O grupo de empresas de Internet era chamado de Pontocom, devido ao sufixo utilizado no nome das empresas “comerciais” da Internet. A bolha se formou em função da combinação de fatores como o rápido crescimento do valor das ações, especulação de indivíduos nas ações das empresas e a grande disponibilidade de capitais de risco, que criou um ambiente de crescimento exuberante em que as empresas podiam abrir mão de modelos de negócios padrão. (BECKENKAMP, 2006, p. 24)

O estouro da bolha, coincide com a crise financeira enfrentada pelo Grupo Globo. Com o Plano Real, a estabilização da moeda nacional e do preço do dólar, o grupo se preparou uma série de investimentos na internet e, principalmente, nas TVs via satélite e TV a cabo. Os empréstimos tomados para investir na operação de TV a cabo (a Globo Par) fazem com que a empresa passe por uma densa reestruturação. Em matéria publicada no jornal Valor Econômico¹⁷ de 2006, o empresário Roberto Irineu Marinho, administrador das Organizações Globo, afirma que durante a crise o grupo passou por quatro fases, sobre a fase inicial ele afirma que:

Na primeira, enfrentamos em 2002 um período extremamente crítico de recessão econômica, aliada à hipervalorização cambial, que nos levou a uma crise de liquidez, já que havíamos nos endividado em dólar para financiar o crescimento de alguns de nossos negócios, principalmente de cabo e satélite. Vendemos uma série de ativos da família, como participações minoritárias em algumas afiliadas de televisão, imóveis e

¹⁷ Matéria disponível em: <http://www.valor.com.br/arquivo/510461/globo-antecipa-pagamento-de-divida-de-us-200-milhoes>. Acessada em: Janeiro de 2015

outros, num total de R\$ 426 milhões, usando tudo para capitalizar as empresas e quitar dívidas. Como isso não foi suficiente, tivemos que chamar os credores para negociar.

Por acreditarem no discurso da convergência tecnológica, os maiores grupos da mídia brasileira realizaram investimentos em outros campos da comunicação. O Estado de São Paulo investiu na BCP (de telefonia celular), a RBS se associou à Telefônica de Espanha. A Folha de São Paulo criou o portal e provedor de acesso à internet UOL (primeiro em parceria com a Abril depois com a Portugal Telecom). A Abril investiu em provedor de acesso, portais temáticos, canais de televisão paga, etc. Mas, foi a Globo que mais diversificou seu cardápio de empreendimentos, indo da eletrônica (NEC) à transmissão de dados (Vicom), passando por *pager*, TV a cabo e Internet. Muitos destes negócios não se tornaram lucrativos e tiveram que ser vendidos por valores que não recuperaram nem mesmo o que foi investido. (Gindre, s.d.)

Em seu portal da internet o Grupo Globo resume a crise e os investimentos realizados, da seguinte forma:

Ainda no início daquela década, a partir de um cenário favorável e de promissoras previsões feitas por diversos analistas econômicos, as Organizações Globo decidiram investir fortemente, através da Globopar, no mercado brasileiro de TV por assinatura. Foram feitos investimentos da ordem dos 1,7 bilhão de dólares em infraestrutura, através da Globo Cabo e Sky Brasil, e na produção e programação de conteúdo, através da Globosat. Para tanto, tomaram-se empréstimos em instituições nacionais e negociaram-se *bonds* no mercado de capitais. Até aquele momento, se comparada com os valores que chegaria a atingir, a dívida do grupo era relativamente pequena, da ordem dos 100 milhões de dólares.¹⁸

Apesar da crise financeira, o Globo.com acabou recebendo um importante aporte financeiro, em 20 de junho de 2000, através da, pouco comentada, venda de 30% das ações da Globo.com para a *Telecom Italia Mobile* (TIM), por cerca de US\$ 850.000.000,00 (oitocentos e cinquenta milhões de dólares).¹⁹

¹⁸ Fonte: Memória Globo Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/acusacoes-falsas/bndes-e-renegociacao-da-divida.htm>

¹⁹ Sobre o negócio, que aconteceu no fim dessa crise da Bolha Ponto-com, matéria da revista IstoÉ traz o seguinte registro: “A tradicional presença e as estratégias de penetração da Telecom Italia na América do Sul foram violentadas por Colaninno quando ele decidiu entrar em guerra com seus sócios brasileiros”, disse a ISTOÉ David Giacoloni, ex-conselheiro do Ministério das Comunicações da Itália de 1987 a 1991. “No sentido figurado, o médico não o aconselhou a fazer uma sociedade com o

Pouco tempo depois, a TIM vendeu seus 30% do Globo.com por apenas US\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de dólares) para as próprias Organizações Globo, através de uma troca por espaço publicitário (a chamada permuta). Na mesma época, a Globo anunciou o lançamento do seu serviço de acesso pago à internet e um serviço de conteúdo pago que incluía a transmissão, via web, de programas da TV Globo e da Globosat. Assim, o Globo.com passa a ser um provedor de acesso à internet e de conteúdo pago.

Em 2010, o Grupo Globo passa a regionalizar os seus portais de conteúdo em torno do G1. Para entender esse processo podemos nos mirar no exemplo da Rádio e Televisão de Sergipe S.A., de Aracaju, que além de uma emissora e uma emissora de TV montou em 2001 um portal de conteúdo próprio. Desde o início o portal se configura como um veículo afiliado às Organizações Globo (SILVA; TAVARES, 2009). Para as autoras: “É interessante frisar que, o portal também se constitui como uma ferramenta de extensão das notícias e assuntos discutidos na rádio e canal de televisão ao qual ela se vincula” (Idem, p. 3). Em 27 de Janeiro de 2012 a TV Sergipe lança o G1 e o GE (Globo Esporte) Sergipe, seguindo essa lógica de padronizar os portais regionais e unificar a plataforma tecnológica²⁰. De acordo com Victor Navarro²¹, diretor do portal: “Tudo o que o G1 nacional tem, os internautas de Sergipe também passam a ter em termos de plataforma tecnológica e qualidade no conteúdo e vídeos. Toda matéria que tiver relevância nacional vai ganhar destaque na Globo.com e G1”. Essa regionalização, dos seus portais de conteúdo, vai até 2014. Nesse mesmo ano, o Grupo Globo reorganiza nacionalmente seus conteúdos em duas plataformas: o GShow (conteúdo da TV de massa) e o Globo Sat Play (conteúdo da TV segmentada).

Sobre essa reorganização, dos conteúdos da TV de massa e da TV segmentada, em torno da internet, no caso brasileiro, a internet é ao mesmo tempo, um espaço de

Opportunity, mas certamente teria desaconselhado a brigar com os sócios.” Segundo ele, o negócio com a Globo.com foi uma absoluta loucura. “Se a participação adquirida na Globo.com foi devida a uma empolgação momentânea da nova economia, isso foi um erro de gerenciamento. Se foi outra coisa não sou eu quem pode responder. Certamente o preço pago por 30% foi desproporcional.” Giacoloni diz não ter motivos para duvidar que, do ponto de vista formal, “a posição de Colaninno e Gnutti é correta”. “Mas”, acrescenta, “em relação à substância, o mercado olha hoje Colaninno como um senhor que faz os seus próprios negócios com a Telecom e isso não transmite confiança”, diz o ex-conselheiro Matéria “Vícios Privados”, publicada na revista IstoÉ, na edição 1657, de 04 de Julho de 2001, na sessão “Mundo”. Atualmente disponível apenas entre os arquivos do portal da Revista. Disponível em: www.istoe.com.br/reportagens/detalhePrint.htm?idReportagem=38776

²⁰ Ver matéria sobre o lançamento do G1 e GE Sergipe. Disponível em: <http://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2012/01/sergipe-ganha-novo-site-de-noticias-seguindo-o-padroao-do-g1.html>

²¹ (Idem)

convergência para a toda a produção cultural industrializada, para o comércio em geral e também para os indivíduos e grupos sociais, como grande plataforma de comunicação.

Quando falamos de internet, estamos falando em algo substancialmente distinto de todas as inovações tecnológicas anteriores no campo da informação e da comunicação, devido ao seu caráter híbrido. Não se trata de uma nova tecnologia ou de uma nova indústria concorrente com as anteriores, mas do resultado do desenvolvimento das novas tecnologias e da sua interpenetração e expansão global (BOLAÑO, 2011, p. 36).

1.2 – A legislação do audiovisual brasileiro

O primeiro Governo de Getúlio Vargas foi o pioneiro na regulamentação da mídia brasileira (caso do rádio), por meio do Decreto nº 20.047/1931. Nesse decreto inicial a radiodifusão era definida como serviço público, autorizando, por meio de concessão pública outorgada pelo Poder Público, a exploração privada. O decreto faz uma importante interpretação do espectro eletro magnético como um bem público (Carvalho, 2014) e fixa o Governo Federal como único responsável pelas concessões e, por isso, o único responsável pela regulamentação desses serviços.

No ano seguinte, 1932, por meio do Decreto nº 21.111, as emissoras de rádio – único veículo de massa daquela época – são autorizadas a veicular publicidade em sua programação. O decreto define ainda, uma série de outros pontos que perduraram enquanto o rádio dominava a comunicação de massa no Brasil. O Estado passa a ter caráter regulador da atividade e posteriormente, organizador. Para Mariana Martins Carvalho:

Esse modelo, com pequenas alterações do papel do Estado, por vezes também produtor de informação, é o que domina as relações de regulamentação das comunicações até os dias de hoje. A entrada do Estado em alguns setores da economia é uma das características do primeiro governo de Getúlio Vargas. Nas mudanças promovidas para alterar o papel e o comportamento do Estado, novos atores foram introduzidos na administração pública, como as autarquias e as fundações, que atuam no serviço público, mas são regidas pelo Direito Privado (CARVALHO, 2014, p. 129).

A criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão comandado pelo sergipano Lourival Fontes, que altera a posição do Estado enquanto ator no campo da comunicação, foi criado em 1939. Na prática o DIP, ligado diretamente ao gabinete de Getúlio, servia para controlar a imprensa e os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação, mas também, para realizar um alinhamento estratégico com os governos estaduais.

O Governador de Sergipe, naquela época, era Eronildes de Carvalho, interventor militar nomeado por Vargas, que acabou por criar o Departamento de Propaganda e Divulgação Estadual (DPDE), uma espécie de DIP local. Sobre isso nos revela Maynard (2007):

Era fevereiro de 1939 e, depois de anunciada a criação do Departamento de Propaganda e Divulgação Estadual (DPDE) em Sergipe, Getúlio Vargas, chefe do Estado Novo, manifestou-se oficialmente: “tenho satisfação acusar recebimento comunicação seu telegrama propósito notável empreendimento seu governo. Cordiais saudações”. A imprensa local, já policiada naqueles tempos, aplaudiu e alardeou as palavras do ditador, reproduzindo o comunicado (MAYNARD, 2007, p. 01).

Foi neste mesmo ano que surgiu a Rádio Aperipê AM, ligada diretamente ao gabinete do Interventor Federal. Não coincidentemente, neste mesmo ano vai ao ar, pela primeira vez, em retransmissão obrigatória, da Hora do Brasil, programa produzido pelo DIP e que é veiculado até hoje com o nome de Voz do Brasil, como forma de informativo, que leva notícias dos três poderes.

A legislação brasileira para a televisão tem quatro marcos. A chegada do meio de comunicação ao Brasil deve-se ao esforço de Assis Chateaubriand que, no início dos anos 1950, trouxe para o país os primeiros aparelhos e os distribuiu estrategicamente para popularizar o meio (CARVALHO, 2014).

Em maio de 1961 foi criado o Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel), durante o governo de Jânio Quadros, como órgão subordinado diretamente à Presidência da República. Mas o primeiro acontecimento realmente marcante foi durante a vacância do governo de Jânio, em 1962 com a criação do Código Brasileiro de Telecomunicações (o CBT).

O CBT nasce sob a influência do empresariado do mercado da informação e tem como um dos principais marcos o reconhecimento da atuação da iniciativa privada na prestação do serviço público. Dois anos depois o presidente João Goulart veta 52 itens do

Código, mas ele é derrubado pelos militares, que assumem o comando do país em 1964, num período que dura até 1985. Para Pieranti (2007):

O CBT nasceu como fruto de um entendimento entre empresários dos setores de telefonia, ainda explorado em regime privado, e de radiodifusão, que, nos anos anteriores, chegaram a trabalhar pela aprovação de dois códigos, um para cada setor. Em época de força reduzida de segmentos organizados da sociedade civil no âmbito da Comunicação, a ruptura com o aparente consenso dos empresários deu-se por parte do Presidente João Goulart, que, como evidenciado em artigo anteriormente publicado nesta revista (PIERANTI; MARTINS, 2007), estabeleceu 52 vetos à lei, a maioria dos quais enfocando uma ampliação da capacidade de intervenção do Poder Executivo nas telecomunicações. Em votação histórica, cada um dos 52 vetos foi derrubado, em votação nominal, pelo Congresso Nacional. (PIERANTI, 2007, p. 1)

Para Bolaño (2010):

Assim, abre-se o campo para a consolidação, no país, diferentemente do que ocorrera em larga escala na Europa, por exemplo, de um sistema comercial privado de rádio e televisão, com base num modelo de concessões públicas, ainda que preservando o direito da União de executar serviço idêntico, dando preferência, no processo de outorgas, às pessoas jurídicas de direito público, inclusive universidades (BOLAÑO, 2010, p. 02).

O CBT foi complementado pelo Decreto nº 52.026/1963, que regulamenta o funcionamento do Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL), órgão responsável por elaborar o Plano Nacional de Telecomunicações, e do Departamento Nacional de Telecomunicações (Dentel). E finalmente, em 1967, importantes mudanças ocorrem com o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro, que aumenta o rigor em relação à entrada de capital estrangeiro na comunicação brasileira, por conta do caso Globo/Time-Life.²²

Nesse mesmo ano, ocorrem importantes mudanças no esqueleto da comunicação brasileira, como a criação do Ministério das Comunicações (MiniCom), que incorpora o Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel) e o Departamento Nacional de Telecomunicações, do sistema Telebrás, que, por sua vez, incorpora a EMBRATEL. Além disso, o MiniCom incorpora o sistema de TVs educativas.

A década de 1980 é marcada pelo fim do regime militar e pela redemocratização do país. No campo das comunicações o velho modelo persiste. Um sistema quase

²² Para mais detalhes, consultar BOLAÑO (2010).

integralmente privado, mantido pela publicidade, onde a regionalização se reflete tanto na estrutura do oligopólio privado, baseado num sistema de retransmissoras afiliadas estaduais, quanto na radicalização politizada do modelo de distribuição de concessões públicas, principalmente durante o governo Sarney (Bolaño, 2010). O grande sucesso das redes privadas, em especial a Rede Globo, esconde o fracasso do sistema estatal e das emissoras locais. Em 1986, foi promulgada a Lei Sarney que autorizava à essas emissoras educativas a captação de recursos. Flexibilizando o Decreto-Lei nº 236, de 1967 (Valente, 2007).

A Constituição de 1988 é marcada pela constante a disputa entre progressistas e conservadores, no interior do Congresso Nacional. Há uma grande disputa política também entre o campo público de comunicação e as empresas do setor privado, representadas pela Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT). Entidade essa que representava todas emissoras privadas e educativas do país, desde 1962, inclusive a Radiobrás²³. A Constituição de 1988, faz pela primeira vez a separação entre TV pública e TV estatal.

Outra importante alteração promovida pela constituição, é que a distribuição de outorgas de exploração do serviço público, realizada pelo governo federal, passa a ser aprovada pelo congresso. Para Bolaño (2010) essa ampliação de poder para o Legislativo não deve ser confundido com avanço da democracia, mas sim como a manutenção do velho modelo de regulação, com garantias maiores ainda para os concessionários. Dessa forma, a não renovação da concessão exige a aprovação de, no mínimo, dois quintos dos deputados e senadores, faz com que seja quase impossível que uma outorga seja recusada, uma vez que a situação passa pelo interesse de vários parlamentares, alguns na figura de proprietários de veículos, envolvidos nesse processo.

A disputa entre progressistas e conservadores, travada durante a Constituinte, é retomada quando da criação da legislação para a TV a cabo. Para Koleski (2010) existem três fases estruturantes do mercado brasileiro de TV paga, a concorrencial (1988-1992), a do oligopólio (1993-2003) e a do oligopólio convergente, que teve início a partir de 2004.

²³ A partir de 1998, as educativas criaram associação própria. A Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC).

Ainda em 1988, foi baixado o Decreto nº 95.744, para regulamentar o que se chamou de “Serviço Especial de Televisão por Assinatura”, que tratava das transmissões por satélite e por UHF codificado.

A disputa entre progressistas e conservadores, travada durante a Constituinte, é retomada quando da criação da legislação para a TV a cabo. Ainda em 1988, foi baixado o Decreto nº 95.744, para regulamentar o que se chamou de “Serviço Especial de Televisão por Assinatura”, que tratava das transmissões por satélite e por UHF codificado. Para regulamentar a transmissão por cabo, no mesmo ano foi baixou-se a Portaria nº 143 tratando como “Serviço de Recepção de Sinais de TV via Satélite e sua Distribuição por Meios Físicos a Usuários”.

Em 13 de dezembro de 1989, faltando poucos dias para o fim do governo Sarney, a Portaria nº 250 criou o serviço de “Distribuição de Sinais de TV por Meios Físicos” (DISTV), para limitar à retransmissão da programação da TV aberta em condomínios fechados. Em contraponto a essa regulação por meio decretos, acontece o Fórum Nacional pela Democratização da Informação, em 1991, já no governo Collor de Melo. Nesse mesmo ano são paralisadas as concessões de licenças para DISTV (Bolaño, 2010).

As negociações que ocorreram a partir de 1991, não contavam com a presença dos principais grupos empresariais das e do MiniCom. Globo e Abril entram em 1993, com a criação da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), mas o Ministério não. A Telebrás e a Federação Interestadual dos Trabalhadores em Telecomunicações (FITTEL) não entram em acordo, evidenciando o caminho rumo a privatização das telecomunicações.

Em 26 de junho de 1994, a lei, que receberia o número 8.977/95, foi aprovada naquela Câmara dos Deputados, por unanimidade, em 19 de outubro. No Senado Federal, ela passa sem nenhuma emenda e é enviada, em 15 de dezembro para o Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, que a sanciona de forma integral, em 6 de janeiro de 1995. Assim nasce a chamada Lei do Cabo.

Diferente do CBT, e de todas as suas alterações, a Lei do Cabo permite a participação de capital estrangeiro (até 49% de capital) das empresas de TV a cabo. Jambeiro (2000) vê isso como uma vitória da ABTA e uma grande derrota para o sistema Telebrás, que a princípio queria ser um grande operador de rede estatal, mas termina mais fragmentado e enfraquecido acabando por ser privatizado, pouco tempo depois. Entretanto, a Lei do Cabo cria a obrigação para os operadores privados que teriam que

carregar as emissoras do campo público, tais como, educativas culturais, estatais, comunitárias e universitárias. Para Bolaño:

No que se refere mais especificamente à questão da diversidade cultural e da democratização dos conteúdos, a lei traz algumas inovações interessantes, como a obrigatoriedade da destinação gratuita de canais para o Senado, a Câmara Federal, as Assembleias Legislativas e Câmaras de Vereadores, para entidades de caráter educativo-cultural, universidades e organizações comunitárias, além de canais para uso eventual, pagos a preços razoáveis, e da reserva de 30% dos canais para entidades não ligadas à operadora. Estas definições são importantes mecanismos de estímulo à produção local e independente, mas falta uma política industrial para o audiovisual, de capacitação técnica e econômica dos atores locais. (BOLAÑO, 2010, s.n.)

Um dos pontos de destaque na Lei do Cabo foi a criação da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) que disputaria com o MiniCom a anteposição na regulamentação habitual do audiovisual no Brasil. Outro ponto a ser considerado como vitória dos setores progressistas é que a comunicação caminhava para ser regulada por uma lei, e não mais apenas por decretos, como vinha ocorrendo durante os anos de 1980.

A mudança de fato só acontece com a aprovação da Lei Geral das Telecomunicações, que dentro de seu arcabouço regulador define e delimita as funções das agências reguladoras, como órgãos independentes.

A agência será composta de um Conselho Diretor e um Conselho Consultivo, como órgãos superiores, além de uma Procuradoria, Corregedoria, Biblioteca e Ouvidoria. O Conselho Diretor, será formado por cinco conselheiros, “brasileiros de reputação ilibada, formação universitária e elevado conceito no campo de sua especialidade” (MINICOM, 1996)

A década de 1990 também é caracterizada por uma série de iniciativas com vistas à diminuição do Estado brasileiro. Diferente, por exemplo, da década de 1930, onde o Estado era forte e interventor e agia para diminuir as consequências causadas por “falhas oriundas da instabilidade do mercado” (BARROS, 2014, p. 112). A realidade brasileira dos anos 90 era bem diferente.

Assim, o Estado brasileiro passou por privatizações durante os governos Fernando Collor, Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso. De acordo com o relatório do Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado (MARE), comandado a época por Luiz

Carlos Bresser-Pereira, a Reforma do Estado dos anos 90 pretendia fazer a delimitação do tamanho e das áreas de atuação do Estado²⁴.

Para Bresser-Pereira (1997), o setor das comunicações poderia ser autofinanciado e o Estado seria beneficiado por isso, pois o setor não mais precisaria do investimento estatal para crescer. Para ele a Reforma do Estado tinha quatro pontos fundamentais, dentre ele a recuperação da capacidade do Estado em investimentos.

A reforma do Estado envolve quatro problemas que, embora interdependentes, podem ser distinguidos: (a) um problema econômico-político - a delimitação do tamanho do Estado; (b) um outro também econômico-político, mas que merece tratamento especial - a redefinição do papel regulador do Estado; (c) um econômico-administrativo - a recuperação da governança ou capacidade financeira e administrativa de implementar as decisões políticas tomadas pelo governo; e (d) um político - o aumento da governabilidade ou capacidade política do governo de intermediar interesses, garantir legitimidade, e governar. Na delimitação do tamanho do Estado estão envolvidas as ideias de privatização, publicização e terceirização. A questão da desregulação diz respeito ao maior ou menor grau de intervenção do Estado no funcionamento do mercado. No aumento da governança temos um aspecto financeiro: a superação da crise fiscal; um estratégico: a redefinição das formas de intervenção no plano econômico-social; e um administrativo: a superação da forma burocrática de administrar o Estado. No aumento da governabilidade estão incluídos dois aspectos: a legitimidade do governo perante a sociedade, e a adequação das instituições políticas para a intermediação dos interesses (BRESSERT-PEREIRA, 1997, p. 7 e 8).

Como afirma Valente (2009), “Procedeu-se, assim, um fenômeno de privatização dessa estrutura do Estado que, a pretexto de torná-la mais pública promoveu a alienação de aparelhos responsáveis pela execução de serviços considerados “não-exclusivos” (VALENTE, 2009, p. 79)

Essa mesma ideia fundamentou as privatizações que correram todo o país em outros setores. Em Sergipe, por exemplo, foram privatizadas a empresa energética (Energipe²⁵) e a empresa pública de telecomunicações (Telergipe), que fazia parte do sistema Telebrás. Todas essas iniciativas seguiam a lógica de enxugar o estado e controlar

²⁴ Além de delimitar a área de atuação do Estado nos termos propostos na seção anterior, a reforma do Estado envolve um processo de delimitação de seu papel regulador e portanto dos processos de desregulamentação. Uma coisa é definir a abrangência institucional do Estado, é saber se o Estado deve se ocupar diretamente de uma série de atividades, como ocorreu no Estado Social-Burocrático, ou se tenderá a se limitar a suas funções específicas, como aponta a reforma do Estado em curso; outra coisa é determinar qual a extensão do seu papel de regulamentador das atividades privadas (BRESSERT-PEREIRA, 1998, p. 32).

²⁵ Privatizada durante o governo de Albano Franco (PSDB)

as atividades, minimamente, através das agências reguladoras. Sobe a égide de, inclusive, diminuir a influência política nas decisões de governo. Argumento esse que é refutado por Valente (2010), uma vez que o autor lembra que as indicações para as agências são feitas por políticos, mesmo que os mandatos de estendam e atravessem os governos.

O final dos anos 1990 e o início dos anos 2000 marcam a transição entre os governos de Fernando Henrique e Lula da Silva. O início do governo Lula é marcado por mais discussões regulatórias para a comunicação. Destaca-se dessa época a proposta de criação da Agência Nacional de Cinema e Audiovisual (ANCINAV), que defendia cotas para a exibição de filmes nacionais nas redes de cinema e que foi severamente atacada pela mídia sob a pretexto de censura.

Outros debates importantes acerca da escolha do padrão a ser adotado pelo Sistema Brasileiro de TV Digital (BARROS, 2014), que acaba sendo um modelo híbrido, porém mais parecido com o japonês ISDB, permitindo a multiprogramação mas em menor escala.

No campo público de comunicação acontece o primeiro Fórum Brasileiro de TVs Públicas, em 2006, onde é realizado um diagnóstico de todo o sistema público de comunicação. Em parte, por consequência desse movimento, ocorre a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em dezembro de 2007. A empresa surge como parte da estruturação de um sistema público de comunicação.

A I Conferência Nacional de Comunicação, acontece em 2009 e faz uma mobilização ampla pela discussão de uma nova lei geral para o setor e institucionaliza o debate entre diversos segmentos da sociedade (Idem)

No primeiro mandato de Dilma Rousseff nasce a Lei 12.485 ou Lei do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC), de 2011, modifica e incorpora as regras de TV por assinatura. Além disso, ela estabelece políticas de estímulo à produção audiovisual e cotas para a produção nacional, que influencia diretamente na programação dos canais e na oferta das operadoras.

Depois das eleições de 2014, com a reeleição de Dilma Rousseff, alguns setores, do governo e da imprensa, têm discutido muito a regulação financeira da mídia. Talvez esse seja o grande debate a ser traçado pela comunicação nos próximos anos. Outra questão fundamental é o financiamento para o sistema público, que recentemente recebe um importante aporte financeiro realizado pelo governo federal, por via da ANCINE, para a produção de obras audiovisuais. O pacote de investimentos é uma alternativa para a o financiamento da produção de conteúdo das emissoras públicas, incluindo as regionais,

através da Linha de Produção de Conteúdos Destinados às TVs Públicas. Essa linha investiu sessenta milhões de reais (R\$ 60.000.000,00) para a realização de obras audiovisuais, realizados pela produção independente, com o objetivo de qualificar a programação de 33 TVs educativas e culturais e de mais de 100 canais de TVs de todo o país.

CAPÍTULO 2: O SISTEMA PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO BRASILEIRO

O Sistema Público de Comunicação brasileiro é apenas uma figura legal, prevista na constituição e na lei que cria a Empresa Brasil de Comunicação. A mídia pública, de fato, está inserida em um conjunto complexo composto por emissoras (de rádio e TV), em diversas plataformas como a TV a cabo, satélite e a TV aberta. Enquanto a EBC cumpre seu papel nacionalizador, seja por sua própria cobertura ou das emissoras associadas, a TV Cultura tenta fazer o mesmo, pois além do seu papel estadual ela possui associações de compartilhamento de programação com outras emissoras estaduais. Entretanto, diferente da EBC, a TV Cultura também mantém relações e acordos com TVs que possuem concessões comerciais.

Nisso tudo, o que temos é um emaranhado de arranjos, pois, diferente das grandes redes nacionais comerciais que têm nos estados contratos fixos com suas retransmissoras, essa seara de emissoras do campo público, na maioria dos cenários, é comandada por executivos das respectivas esferas da federação, através de indicações políticas. Essas indicações não possuem critérios técnicos definidos. Isso não é apenas um demérito da administração das emissoras, mas do serviço público brasileiro por completo.

Existe ainda, na TV por assinatura, um grande número de canais legislativos (municipais, estaduais e nacionais), judiciário e do governo federal. Estes canais não possuem conselhos com participação popular, desempenhando assim mais um papel estatal do que propriamente público. No caso das legislativas (TV Câmara e TV Senado) essas emissoras desenvolvem um papel de prestação de contas públicas (*accountability*).

2.1 - Uma breve história do sistema público de comunicação brasileiro

Para falar sobre comunicação pública é preciso discutir o próprio Estado, suas funções e delimitações. Abordaremos neste item as transformações pelas quais passou a mídia pública brasileira, desde o começo da industrialização até o mais recente, a reforma neoliberal do Estado dos anos 1990 e os novos desdobramentos, como a criação da Empresa Brasil de Comunicação, no governo Lula e a sua continuidade no governo da presidenta Dilma Rousseff.

O quadro a seguir apresenta, de forma resumida, uma breve cronologia com alguns dos principais acontecimentos que marcaram o histórico da TV Pública brasileira.

Quadro 4 – Cronologia da TV Pública Brasileira

ANO	ACONTECIMENTO
1936	Doação da Rádio MEC ao governo federal ²⁶
1940	Incorporação da Rádio Nacional pelo governo federal ²⁷
1967	Criação das TVs Educativas ²⁸
1967	Criação da Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE) ²⁹
1968	Criada a primeira TVU Recife (em Pernambuco)
1969	Governo de São Paulo adquire a TV Cultura ³⁰
1975	Entra em funcionamento a TVE do Rio de Janeiro.
1975	Criação da Radiobrás ³¹ .
1980	Criação do Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (SINRED) ³²
1988	Promulgação da Constituição de 1988 ³³
1998	Criação da Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais (ABEPEC)
2003	Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro (DOCTV)
2006	I Fórum Nacional de TVs Públicas
2007	Criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) ³⁴
2009	II Fórum Nacional de TVs Públicas
2009	I Conferência Nacional de Comunicação
2014	Fórum Brasil de Comunicação Pública 2014

Historicamente existiram duas iniciativas de onde nasceu a radiodifusão nacional pública. A primeira foi a Rádio MEC, nome dado à Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, por doação de Edgard Roquette-Pinto, em 1936, ao governo Federal. Tinha esse nome por exigência do doador que condicionou vincular a transferência ao então Ministério da

²⁶ Doador por Edgard Roquette-Pinto

²⁷ Governo de Getúlio Vargas

²⁸ Criadas pelo Decreto-Lei n. 236.

²⁹ Fundação voltada para o seu fomento da produção das TVEs.

³⁰ O Governo de São Paulo adquire a TV Cultura junto ao grupo Diários Associados de Assis Chateaubriand.

³¹ Criada pelo governo Federal.

³² Criado pelas empresas coordenadas pelo FCBTVE

³³ A constituição de 1988 traz o artigo 223 que trata da complementariedade entre os sistemas: estatal, público e privado.

³⁴ Criada pelo decreto 6.246.

Educação e Cultura. A rádio continua a operar até hoje com o mesmo foco nas artes e na cultura erudita.

A segunda foi a Rádio Nacional, criada em 1936, como parte integrante das Organizações Victor Costa, e incorporada pelo Governo Vargas, em 1940, como componente fundamental para o plano de fortalecimento dos instrumentos de difusão ideológica do Estado Brasileiro. Diferente da Rádio MEC, a Rádio Nacional vem de uma experiência comercial, baseada na publicidade, mantendo assim o seu modelo de financiamento.

Apesar de sua tendência centralizadora, tinha que compor com as forças sociais existentes (neste caso o capital privado, que possuía interesses concretos no setor de radiodifusão). Não deixa de ser sugestivo observar que a própria Rádio Nacional, encampada pelo governo Vargas, praticamente funcionava nos moldes de uma empresa privada. Seus programas (música popular, rádio teatro, programas de auditório) em nada diferem dos outros levados ao ar pelas emissoras privadas. [...] quando se olha a porcentagem da programação dedicada aos chamados “programas culturais” observa-se que eles não ultrapassam 4,5%. Por outro lado, entre 1940 e 1946, o faturamento da emissora, graças à publicidade, é multiplicado por sete. Ao que tudo indica, a acomodação dos interesses privados e estatais se realiza no seio de uma mesma instituição sem maiores problemas (ORTIZ, 2006, p. 53).

Não à toa falamos de regulação da mídia desde o Estado Novo, embora sua regulação econômica de fato nunca tenha ocorrido. Durante o Governo Vargas, o Estado brasileiro usou uma série de medidas para tentar legitimar, também através do rádio, o poder central, fortalecendo o Brasil como “pátria unificada”, mostra-nos Othon Jambeiro:

Com a implantação do regime ditatorial autodeterminado Estado Novo, impôs uma visão do Brasil como pátria unificada. O ato público de queima das bandeiras das províncias simbolizou o nascimento do moderno Estado brasileiro. Iniciaram-se aí os planos “nacionais”. Esse movimento revolucionário é considerado também o ponto inicial do conceito utópico do contemporâneo Estado nacional, isto é, uma entidade tida sempre como capaz de – e destinada a – articular, de maneira isenta e justa, os interesses de todos os grupos, classes e estratos sociais, para o bem-estar de todo o povo (JAMBEIRO, 2007, p.109).

Para Lopes (2010, p. 22), Getúlio Vargas queria acabar com as oligarquias agrárias regionais, para fortalecer o poder central brasileiro, modernizando o país e utilizando o rádio como peça fundamental para essa construção da imagem nacional, possibilitando assim a legitimidade à administração populista do Estado Novo. Vargas realizou um movimento para desestabilizar essas oligarquias rurais, concentrando o poder no governo federal,

usando-se da censura de outros movimentos proibitivos para controlar qualquer tipo de resistência ou crítica ao sistema.

No intervir desse projeto, constitui-se a mídia pública como aparelho do Estado para mediar a luta de classes, cumprindo, na condição de elemento de mediação entre o capital, o Estado e as outras instituições das ordens econômicas e política, de um lado, e as massas de eleitores e consumidores, de outro, a função propaganda, mas também, neste caso, a função de publicidade.

O projeto nacionalista de Vargas fortalecia a burguesia local, em detrimento das oligarquias regionais, e contava com o apoio da classe trabalhadora, graças às garantias do seus direitos trabalhistas. Entretanto, esse projeto ia de encontro aos oligopólios estrangeiros que queriam continuar a explorar as riquezas produzidas na América Latina. Getúlio contava com o apoio de parte dos militares, entretanto, após segunda guerra mundial a agenda política muda e a burguesia industrial, apesar de continuar apoiando Vargas, começava a dar sinais de desgaste. Nessa época as oligarquias voltam a ter força. Getúlio governa, coordenado uma relação com a direita, representada pelo PSD, e os trabalhistas, do PTB. A estratégia que Vargas era se opor ao isolamento, estreitando os laços entre Estado e trabalhadores, por intermediação dos sindicatos

Apesar disso, Vargas cai e são realizadas novas eleições. Apoiado por ele, Eurico Gaspar Dutra é eleito e governa apoiado pela UDN, mais voltado para o projeto conservador, oposto ao nacionalismo progressista. Na eleição seguinte Vargas é eleito, entretanto a sua aproximação com os movimentos populares, trouxe medo à classe média, à parte dos militares, e do empresariado, alimentados pelo fantasma de uma suposta "conspiração comunista", criaram as condições para consolidar o golpe. Entretanto, a comoção social criada por ocasião do suicídio de Vargas, em 1954, fez com que o golpe militar só acontecesse 10 anos depois, em 1964, com a deposição do presidente João Goulart.

Nessas condições, durante o regime militar, foi adotado um projeto cultural que trabalhasse a imagem de um país unificado, em torno de uma grande nação. Ao contrário de Getúlio Vargas, os militares associaram-se a elite das oligarquias regionais. Por tudo isso, acaba por constituir-se um novo modo de regulação das comunicações, no Brasil, que incluía a reforma do sistema público de radiodifusão que, ao invés de privilegiar a cultura e o entretenimento, seria mais voltado para a educação e formação de mão-de-obra qualificada. A função publicidade os militares deixaram a cabo da rede privada, mais especificamente das Rede Globo.

Assim os militares passam a promover a criação de TVs Educativas, através do Decreto-Lei nº 236, e da criação da Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE), ambos em 1967. A primeira TV Educativa nacional foi a TV Universitária de Pernambuco. Em 1969 o governo do Estado de São Paulo adquire, junto aos Diários Associados, a TV Cultura. À época a emissora estava falida e a transferência muda o seu foco de TV comercial para emissora voltada para a cultura e educação. Enquanto a expansão do sistema público ia acontecendo estado por estado e os Executivos estaduais montavam suas emissoras, o governo militar passou a ser um produtor de conteúdo. Segundo Pieranti:

Em 1971, as emissoras educativas, segundo dados oficiais, atingiam 94% da população brasileira. No ano seguinte, o Ministério da Educação reforçou a importância das emissoras ao criar o Programa Nacional de Teleducção (Prontel), ao qual caberia coordenar as atividades de educação televisiva no país. Seriam essas emissoras as responsáveis por difundir a política educacional dos governos militares e por divulgar, na prática, o ideário do regime (PIERANTI, 2007, p. 64).

Em 1975, o Governo Geisel cria a Empresa Brasileira de Radiodifusão (a Radiobrás), através da Lei nº 6.301, para ser o órgão oficial de exploração das emissoras do governo. Também nesse ano é posta em funcionamento a TVE do Rio de Janeiro, para ser uma janela de exibição para as produções da FCBTVE.

Até aqui temos dois modelos de regulação da mídia o do Estado Novo e o do Regime Militar. Em ambos nos deparamos com tentativas de “unificar o Brasil” através da distribuição de concessões públicas e a aquisição ou criação de empresas de comunicação que reproduzissem seus valores ideológicos. No caso do Regime Militar, ocorreram alterações no Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT³⁵), impondo regras à liberdade de expressão.³⁶ Cito aqui uma delas: h) ofender a moral familiar pública, ou os bons costumes. Além disso, o governo vigente proibia a veiculação de publicidade, permitindo apenas que as emissoras educativas prestassem serviços para entidades governamentais e fundações públicas, permanecendo assim longe das disputas de mercado com as emissoras já estabelecidas comercialmente.

A década de 1980 começa com as emissoras coordenadas pela FCBTVE criando o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Sinred), com o objetivo de produzir intercâmbio entre as emissoras da rede. Fato que não acontecia com as emissoras

³⁵ Este código pode ser encontrado em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117Compilada.htm

³⁶ Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0236.htm

comerciais, enfraquecendo a diversidade de programação, imperando assim programas criados no eixo Rio-São Paulo.

Para que o Sinred prosperasse, o governo autorizou, pelo Decreto 96.291 e em 1989, pela Portaria do Ministério das Comunicações (MiniCom) nº 93, autorizando que as TVs a transmitir conteúdo próprio e local. Ao contrário do interesse dos anos 60, que era centralizar a comunicação em torno do Executivo do Estado, criando um discurso nacionalizante, através do que se chamou *transmissões mistas*, a estratégia agora seria aumentar a penetração da cobertura dessas emissoras, pois os executivos estaduais e municipais logo se interessaram nessa regionalização menos regulamentada, podendo assim veicular conteúdo que atendesse seus próprios interesses políticos.

Ao passo dos acontecimentos, as críticas de aparelhamento das emissoras, usadas com fins políticos, foram aumentando e, em 1998 (Governo Fernando Henrique Cardoso), foi revogada a autorização de veiculação dos 15% de conteúdo local. Na mesma época, o Governo Federal também criou novas regras para liberar concessões (públicas e privadas). As públicas passaram a ser gratuitas e outorgadas pelo próprio executivo federal, as privadas passaram a ser adquiridas a partir de leilões.

Posteriormente, as TVs públicas passaram por sérias restrições financeiras, tendo de procurar verbas privadas ou prestação de serviços para manter sua programação e a sustentabilidade financeira. Em 2009, a TV Cultura chega a depender de apenas 35% de participação direta do governo do estado de São Paulo em seu orçamento, prestando serviços para diversos clientes e abrindo a seu intervalo comercial para empresas patrocinadoras.

Com o progresso da democracia e do sistema eleitoral brasileiros, os estados avançaram cada vez mais para uma descentralização, em relação ao governo federal, para uma pluralidade partidária e para uma diversidade ideológica. Embora partidos como o PMDB e o PFL, legendas com nomes tradicionais da política, continuassem a ser maioria, novos nomes surgiram e com isso criou-se uma série de continuidades e descontinuidades nas indicações para ocupar cargos político-administrativos. As TVs públicas estaduais, que também são órgãos públicos por natureza, foram seguindo caminhos dos mais diversos, com independência do governo federal, tanto em termos de conteúdo como em termos de gestão e administração. Assim, perdeu-se aquele espírito nacionalista unificador do interesse militar dos anos 1960³⁷.

³⁷ Exemplo do que estamos falando em termos de descontinuidade é o caso da TVE do Rio Grande do Sul, que muda a sua associação às redes nacionais de acordo com as mudanças de governo. Enquanto o governo

Em 1999 a TVE do Rio de Janeiro, a TV Cultura de São Paulo e outras emissoras estaduais assinam um acordo de parceria para a transmissão em conjunto de programação compartilhada, era a chamada Rede Pública de TV (RPTV). A parceria durou apenas dois anos (Lobato, 2004). Depois disso a transmissão passou a ser voluntária.

Algumas emissoras, como é o caso da Aperipê TV de Sergipe (Rezende, 2015) durante meados dos anos 2000 passaram a optar por uma programação mista entre a TV Cultura e a TVE do Rio de Janeiro. Como não havia um acordo prévio entre as duas emissoras, isso criava uma situação de corte ao vivo, tanto de programas locais quanto de programas das outras emissoras.

Em 2003 (no segundo ano do governo Luiz Inácio Lula da Silva), nasce o Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro (DOCTV) para apoiar a produção de documentários, a serem exibidos na TV aberta, na grade de programação das TVs Públicas, utilizando o apoio financeiro do Estado Brasileiro. Uma tradição que vinha das décadas de 1930 e 1940, ainda na época do início do cinema (sonoro) nacional, com o apoio estatal do Instituto Nacional de Cinema (INCE), e que lançou para o cinema brasileiro nomes como Humberto Mauro, e outros importantes cineastas. De acordo com Pereira:

O incentivo à produção cinematográfica vinculada à educação privilegiou a produção do documentário. Nos primeiros anos da década de 40, ocorreu uma redução na produção de documentários pelo INCE em virtude da guerra. Além do INCE, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) getulista e o Serviço de Informação do Ministério da Agricultura também foram órgãos públicos federais que se destacaram na produção de documentários no Brasil dos anos 30 e 40. No cenário nacional, tal tradição de produção documentária ligada ao apoio estatal também pode ser observada no período da Embrafilme (extinta no governo Collor) e do Ministério da Cultura a partir da década de 90. Com a criação de Leis de Incentivo como a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual, mais uma vez o Estado passa a fomentar a produção cinematográfica nacional. Nesse contexto o governo federal criou também uma série de editais de incentivo à Cultura – entre eles, destacamos o edital que regulariza o DOCTV. (PEREIRA, 2009, p.2).

do estado era chefiado pelo PSDB (governo Yeda Crusis), a TVE retransmitia, em sua maioria, programação da TV Cultura (subordinada ao governo do PSDB, em São Paulo). Já no período pós 2010, durante o governo de Tarso Genro (PT), torna-se afiliada da TV Brasil, subordinada ao governo federal da presidenta Dilma Rousseff (também do PT). Com a saída de Tarso Genro e a entrada de Ivo Sartori, a partir de 2015, a TVE/RS passa por cortes orçamentários profundos. Ver: <http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/70408/sartori+corta+orcamento+da+fundacao+piratini+em+60+tv+e+radio+sao+afetados>

O DOCTV surgiu a partir de um convênio entre o Ministério da Cultura (Minc), através da Secretaria do Audiovisual (SAV), a Fundação Padre Anchieta (TV Cultura) e a ABEPEC, que durou quatro edições. Nele o Ministério da Cultura faria o aporte financeiro necessário à produção dos documentários, a TV Cultura faria a gestão do programa e as emissoras da Associação Brasileira das Emissoras Públicas e Educativas (ABEPEC)³⁸ seriam as coordenadoras do programa em seus estados.

Na primeira edição o prêmio era de R\$ 90.000,00 por prêmio. Na segunda e na terceira edição o prêmio subiu para R\$ 100.000,00. No DOCTV IV o valor subiu para R\$ 110.000,00. Até a terceira edição as TVs estaduais eram responsáveis por 20% do valor do prêmio, na última edição a contrapartida aumentou para 30%. No caso das TVs do Nordeste, o financiamento dessa parte era do Banco do Nordeste Brasileiro (BNB). Às emissoras que não pudessem aportar recurso era dada a opção de prestação de serviços no escopo do projeto do documentário, ou seja, poderiam ceder equipamentos ou funcionários que substituíssem algum item apresentado no orçamento.

Em suas três primeiras edições, o DOCTV teve 2.380 projetos de documentários inscritos em 74 concursos estaduais DOCTV, tendo coproduzido 115 documentários e gerado 3.026 horas de programação para a Rede Pública de Televisão, além de promover a efetiva descentralização de recursos financeiros para as 27 unidades federativas, entre investimentos do Ministério da Cultura, BNB, das TVs e instituições públicas estaduais participantes do programa DOCTV (PORTAL VERMELHO, 2009).

O DOCTV IV foi realizado através do Convênio MINC/FNC Nº 261/2007, dessa vez com a participação da TV Brasil. Nesta edição o programa propunha que cada emissora teria direito a mais de um documentário para ser exibido em rede nacional, como os demais previstos no edital, desde que a emissora fizesse o aporte no valor total de R\$ 110.000,00 (o valor total de cada documentário).

Sergipe e a Aperiipê TV tiveram destaque na edição do programa DOCTV IV, bancando, com o patrocínio do BNB e da Prefeitura Municipal de Aracaju (PMA), mais um filme. Assim foram ao ar: “Um Filme de: De Lacierva” – do diretor Ítalo Lucas Melo, que falava sobre a história de Seu José, um pedreiro que largou a profissão para fazer

³⁸ A Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais - ABEPEC foi criada oficialmente em 28 de outubro de 1998, durante assembleia geral, na sede da TV Cultura, em São Paulo, com presença de dirigentes de 20 emissoras de televisão educativas e culturais do País. A Entidade tem personalidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos e congrega hoje 21 emissoras geradoras de caráter educativo e cultural, não comercial. Ver: <http://www.abepec.com.br/>

cinema – e “De Barra a Barra” – do diretor Carlos Eduardo Ribeiro Jr, sobre a Nau Lusitânia, uma embarcação que cruza o Rio São Francisco a mais de 100 anos.

O DOCTV atuava em toda a cadeia produtiva do audiovisual, com o apoio institucional da Associação Brasileira de Documentaristas e curta-metragistas (ABD Nacional), auxiliando na formação de profissionais, através das suas oficinas de produção de documentários; criando ambientes de mercado, profissionalizando a relação dos produtores independentes com as TVs públicas e as empresas produtoras e, por fim, garantindo uma grade de programação fixa, os documentários seriam vistos em todos os estados do país, por meio das TVs ou Instituições Públicas, formando assim a Rede DOCTV. Assim dizia o contrato:

8.5. REDE PÚBLICA DE TELEVISÃO: o termo REDE PÚBLICA DE TELEVISÃO, utilizado para fins deste Regulamento, designa o conjunto de emissoras de televisão responsáveis pela teledifusão do Programa DOCTV, a saber: TV Cultura do Amazonas, TV Cultura do Pará, TV Aldeia (Acre), TV Palmas (Tocantins), TV Antares (Piauí), TV Ceará, TV Universitária do Rio Grande do Norte, TV UFPB da Paraíba, TV Universitária de Pernambuco, Instituto Zumbi dos Palmares (Alagoas), Aperipê TV (Sergipe), TVE Bahia, TV Brasil Central (Goiás), TV Mais (Mato Grosso), TVE Regional (Mato Grosso do Sul), Rede Minas, TVE Espírito Santo, TV Brasil (Maranhão, Distrito Federal e Rio de Janeiro), TV Cultura de São Paulo, Paraná Educativa, TV Cultura de Santa Catarina e TVE RS. Na ausência de TVs públicas nos estados de Roraima, Amapá e Rondônia, a Universidade Virtual de Roraima – UNIVIRR, a Fundação Estadual de Cultura do Amapá e a Fundação Cultural Iaripuna realizam estratégia alternativa de difusão da Série DOCTV simultaneamente à teledifusão em Rede Pública de Televisão (Contrato DOCTV IV³⁹).

Os documentários do DOCTV foram premiados⁴⁰ em festivais de cinema e o seu modelo de produção acabou se espalhando pelo mundo. Primeiro com o DOCTV Ibero América⁴¹ (DOCTV IB), que foi um concurso que reuniu documentários de países latino americanos, garantindo uma janela de exibição para todos os documentários selecionados

³⁹ Disponível em: <http://www.agencia.ufpb.br/doctv/REGULAMENTO%20DOCTV%20ufpb.pdf>

⁴⁰ Os filmes do DOCTV participaram de diversos festivais dedicados ao documentário no Brasil e exterior como o É Tudo Verdade (onde o filme Elevado 3.5 venceu a competição nacional na Edição 2007), Locarno (Handerson e as Horas e Acidente), Biarritz (Do Lado de Fora), Sundance (Acidente), Edoc, (Violência S.A.). (Disponível em: <http://www.redesat-to.com.br/doctv.php>)

⁴¹ O DOCTV IB gerou processos de implantação dos Programas DOCTV CPLP (da Comunidade de Países de Língua Portuguesa, com a participação de Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor Leste), do DOCTV México, DOCTV Colômbia e DOCTV Cinergia (formado por Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicarágua, Costa Rica e Panamá). (PEREIRA, 2009, p. 6)

na edição, e depois com o DOCTV Comunidade de Países de Língua Portuguesa (DOCTV CPLP). De acordo com matéria do portal da Redesat (emissora de TV do Tocantins):

Também em 2006, o Programa DOCTV tornou-se modelo de política pública para o setor e foi inspiração para a criação de um Programa análogo internacional, o DOCTV IBERO-AMÉRICA. A partir do pleito da Comunidade Cinematográfica Ibero-americana à Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, o DOCTV IB implantou sua sistemática de coprodução e teledifusão de documentários em 13 países latino-americanos, além de Portugal e Espanha. Outros desdobramentos são os processos de implantação dos Programas DOCTV México, DOCTV Colômbia e DOCTV Cinergia (América Central) e DOCTV CPLP (Comunidade dos Países de língua Portuguesa). (Redesat)

Ainda entre 2006 e 2008 as emissoras públicas chegaram a coproduzir um programa chamado Espelho Brasil. Esse programa continha programação de várias afiliadas da ABEPEC e era transmitido aos sábados, em rede formada pelas emissoras associadas à ABEPEC. Durante dois meses, uma das TVs ficava responsável pela curadoria, empacotamento e retransmissão para as demais emissoras. Devido à situação precária em termos de captação de sinal de satélite em algumas praças, os programas eram enviados em DVD pelo correio. Essa iniciativa durou dois anos e foi fundamental para manter a parceria entre as emissoras, como ficou evidenciado no Caderno de Debates do I Fórum de TV Pública⁴²:

As coproduções cresceram em especial na TV Cultura e TVE Brasil, mas ainda representam pouco no conjunto e repercutem pontualmente (exceções feitas ao Espelho Brasil, coprodução que envolve treze emissoras associadas e, principalmente, o DOCTV). Os programas voltados para a cidadania, como o Via Legal, Mobilização Brasil e Balanço Social são exibidos por 99% das associadas (CADERNO DE DEBATES, 2006, p. 47).

Durante o segundo mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a discussão da TV Pública ganha força graças ao empenho do Ministério da Cultura (sob a gestão dos ministros Gilberto Gil e Juca Oliveira), culminando com o primeiro Fórum de TVs Públicas. Tal evento foi importante por realizar um importante diagnóstico, dos problemas e soluções, na órbita da comunicação pública, acabando por contribuir para a aprovação da Lei 11.652, de 2007, a medida provisória (MP) que cria a Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

⁴² Disponível em: http://www2.cultura.gov.br/upload/livro_TV%20-%2011_1164825028.pdf

A EBC veio para unificar a estrutura federal de comunicação, afim de transformá-la em um sistema de comunicação público. Passam a fazer parte da EBC as rádios MEC e Nacional, as TVEs do Rio de Janeiro e do Maranhão e a TV Nacional de Brasília, que se transformou em Nacional Brasil (NBR) – a emissora que cobre a agenda oficial da presidência da república.

A primeira emissora a assinar contrato com a TV Brasil, na condição de afiliada foi a Aperipê TV, durante o primeiro Seminário de Programação para TV Pública, promovido pela Fundação Aperipê. O contrato foi assinado pelo governador do estado Marcelo Déda Chagas e a então presidente da EBC, Tereza Cruvinel.

Assim, a Aperipê deixa de transmitir uma programação mista (TV Brasil e TV Cultura) e passa a seguir a grade da TV Brasil, completando com a sua programação local. Com a assinatura, a Aperipê também passa a produzir conteúdo para a rede nacional, tanto programas como material jornalístico.

Depois de constituída, a TV Brasil formou um Comitê de Rede composto pela própria emissora e pelas TVs estaduais, afiliadas ou não, mas que fazem parte de sua rede⁴³. Na prática, o comitê de rede reedita uma parceria parecida com a RPTV no final dos anos 1990.

Durante a formação da RPTV aparecia uma logomarca no canto direito da tela, identificando que aquele era um conteúdo nacionalmente compartilhado. Da mesma forma, cinco segundos antes de ser compartilhado um conteúdo da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP) aparecia uma animação com a logomarca da RNCP:

No dia 3 de maio começa a transmissão simultânea da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP). Formada pelos quatro canais próprios da EBC, por sete emissoras universitárias e por 15 emissoras públicas estaduais, a rede levará a programação da TV Brasil para cerca de 100 milhões de brasileiros, de 23 estados. Esse número de canais da rede sobe para 765 já que algumas das parceiras dispõem de redes particulares, constituídas por geradoras afiliadas e retransmissoras próprias. Além dos canais de TV aberta, a TV Brasil também pode ser acessada pelos telespectadores na TV por assinatura e por meio da parabólica (banda C) (EBC, 2014).

2.2 - Panorama da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)

Histórico

⁴³ A rede da TV Brasil conta com: emissoras, retransmissoras, afiliadas e rede associada da EBC/TV Brasil, todas essas empresas fizeram parte desse comitê de rede.

Apesar de ser extremamente progressista, a constituição de 1988 avançou pouco na discussão sobre a comunicação pública. Isso se deu pela força do setor comercial, que já detinha grande parte da receita da publicidade, sobretudo a oficial, e que por isso é dona de um forte poder de influência política.

Nos anos que se seguiram, o que se viu foi cada vez mais o fortalecimento das emissoras comerciais e o sucateamento das emissoras educativas e culturais em vários estados do Brasil. A falta de legislação atualizada, que permitisse às emissoras estaduais formas de autonomia e financiamento independente da vontade dos governos, seguiram por mais de duas décadas. Para Sivaldo Pereira⁴⁴:

Só duas décadas depois da promulgação da Constituição de 1988, o projeto de um sistema público de comunicação ganhou um novo fôlego com a criação da Empresa Pública de Comunicação (EBC) através do Decreto Presidencial 6.689 de 11 de dezembro de 2008. Em seu artigo primeiro, o decreto estipula que a EBC é uma empresa pública, organizada sob a forma de sociedade anônima de capital fechado, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.⁴⁵

A Empresa Brasil de Comunicação é a empresa pública responsável por gerenciar as antigas emissoras do governo federal. A criação da EBC, como foi realizada, criou na verdade um desafio jurídico, ao incorporar essas emissoras tão díspares. Na prática, a empresa correspondeu à união do patrimônio da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp) e da Empresa Brasileira de Comunicação (Radiobrás).

Na televisão, a empresa gere a TV Brasil, a NBR (o canal que faz a cobertura estatal das atividades do governo federal), e a *TV Brasil Canal Integración*. Para Valente (2009), apesar dos problemas do nascimento da EBC as emissoras precisam ser apoiadas e ter investimentos para cumprir o seu papel e minimizar os efeitos da hegemonia do segmento comercial no país.

⁴⁴ PEREIRA, Sivaldo. (s.d.) Sistema público de comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios. Observatório do Direito à Comunicação. Disponível em www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=485. Tradução livre a partir do original < <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058Eo.pdf>, Acessado em

⁴⁵ (Idem)

A TV Brasil nasceu por iniciativa do Governo Lula, numa articulação feita pela Secretaria de Comunicação Social da presidência da República com o Ministério da Cultura e as demais emissoras estaduais.

O quadro a seguir apresenta uma breve cronologia da EBC

Quadro 5 – Cronologia da Empresa Brasil de Comunicação

DATA	EVENTO
10 de outubro de 2007	Autorização da Criação da EBC ⁴⁶
25 de outubro de 2007	Criação da EBC pelo governo federal ⁴⁷
7 de abril de 2008	Conversão da Medida Provisória que criou a EBC em Lei ⁴⁸
11 de dezembro de 2008	Aprovação do Decreto que cria o Estatuto da EBC ⁴⁹

Gestão

Como já dissemos aqui, a Empresa Brasil de Comunicação é formada por um conjunto de empresas federais de função e natureza jurídicas diferentes. Ao mesmo tempo em que a TV Brasil e as demais emissoras do sistema, busca ser reconhecida como uma empresa pública e autônoma, em relação aos governos e ao mercado, a sua existência híbrida, entre o público e o estatal, alinhada à sua forma de financiamento, cria uma série de situações que colocam a sua natureza em cheque.

Para exemplificar melhor o que estamos falando, recentemente o jornal O Globo publicou, em sua edição impressa e em sua edição *online*, matéria⁵⁰ retratando uma disputa por equipamentos protagonizada pela ACERP e pela EBC. Acontece que quando da criação da EBC, em 2007, a ACERP passou a ter um contrato de gestão com a EBC. Essa foi uma forma do governo federal repassar recursos para a empresa. Esse contrato

⁴⁶ Medida Provisória nº 398. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/MPV/Quadro/_Quadro%20Geral.htm#398-07

⁴⁷ Criada pelo Decreto nº 6.246 de 24 de outubro de 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6246.htm

⁴⁸ Lei que cria a EBC 11.652. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm

⁴⁹ Decreto nº 6.689. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6689.htm

⁵⁰ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/crise-entre-ebc-roquette-pinto-impede-producao-para-tv-escola-15099165#ixzz3QELA8TOQ>

que em 2014. Com isso criou-se uma disputa sobre quem iria gerir os equipamentos e o prédio onde as duas empresas funcionam, já que agora, sem contrato, a ACERP passa a ser gerida pelo Ministério da Educação e não mais pela EBC. Podemos fazer duas reflexões a partir desse problema: a) uma sobre o emaranhado que é a natureza jurídica original da empresa e b) outra sobre as formas de aporte financeiro do governo federal para a instituição, pois o governo utiliza do contrato com a ACERP para financiar a EBC ao invés de fazer o aporte direto.

Para além dessas questões, muito se tem discutido quanto às formas de financiamento das empresas públicas de comunicação no Brasil. Em entrevista à Agência Brasil, o Diretor Geral da TV Brasil, Eduardo Castro, afirma que:

“A gente vai à rua em busca de maior apoio e incentivo, tudo dentro da lei evidentemente. Nós não vamos fazer comerciais, mas a gente coloca a nossa programação à disposição da chancela e do apoio de instituições que acreditam na comunicação pública, instituições que queiram reunir a sua mensagem ou a sua imagem àquela que nós temos de propagadora da cidadania, de difusora de conhecimento, e de todas as missões que nós temos como marcas da TV e da rádio públicas”.⁵¹

Para o diretor da EBC, o financiamento da comunicação pública deve ser buscado também nas empresas privadas, “dentro da lei e da lógica da comunicação pública”. Com isso percebemos como é frágil e dependente do governo o financiamento das emissoras públicas brasileiras. Muito diferente de casos como a BBC de Londres ou de outras TVs pelo mundo com fontes fixas, autônomas e independentes. Assim, a TV Brasil fica cada vez mais sujeita às vontades governamentais, o que impede, em parte, a execução dos seus orçamentos e, com isso, compromete projetos de investimento futuros e acordos com outras emissoras.

Uma das formas não contingenciáveis de financiar a comunicação pública com recursos públicos é o acesso ao Fundo de Fiscalização de Telecomunicações (Fistel). Criado pela Lei nº 5.070⁵², de 7 de Julho de 1966, o fundo é uma taxa paga pelas operadoras de telecomunicações e que é repassada para o orçamento da União. Depois de várias alterações na lei, finalmente em 2006, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva alterou a lei do Fistel e parte dos seus recursos é agora direcionada para a Agência

⁵¹ Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-02-21/comunicacao-publica-buscara-recursos-de-apoio-institucional-e-cultural-para-financiar-suas-atividades>

⁵² Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5070.htm

Nacional de Cinema (ANCINE). Assim, esses recursos servirão para financiar obras audiovisuais do recente edital lançado pelo governo federal e pela ANCINE, Brasil de Todas as Telas. Entretanto, para além desse financiamento, parte dos recursos do Fistel serão aportados para as emissoras públicas.

Participação Popular

A EBC possui um Conselho Curador com prerrogativas para aprovar, anualmente, o Plano de Trabalho proposto pela Diretoria Executiva da empresa. As funções do conselho basicamente são a) ratificar e acompanhar a aplicação da linha editorial e b) Observar a veiculação da programação, fiscalizando e fazendo recomendações de acolhimento obrigatório pela Diretoria Executiva.

O Conselho Curador da EBC é composto por 22 membros⁵³:

- a) 15 representantes da sociedade civil, indicados pela Presidência da República, após a avaliação de uma série de nomes numa lista formada por consulta pública⁵⁴, promovida por entidades da sociedade civil;
- b) 4 membros do Governo Federal: da Educação, da Cultura, da Ciência e Tecnologia e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;
- c) Um representante da Câmara dos Deputados;
- d) Um representante do Senado Federal;
- e) Um representante eleito entre os funcionários da Empresa.

Os membros do conselho são remunerados por reunião, não podendo essa remuneração ultrapassar 10% do salário do Diretor-Presidente da empresa. Os mandatos dos membros eleitos são de quatro anos, com possibilidade de renovação uma única vez, no caso dos indicados do Senado, da Câmara e da sociedade civil. O representante dos funcionários tem mandato de dois anos, não podendo ser reconduzido ao cargo, de acordo com a Lei 11.652⁵⁵ que regulamenta a EBC.

⁵³ Disponível em: <http://www.conselhocurador.ebc.com.br/pagina/conselho-curador>

⁵⁴ Não há uma regulamentação bem definida para a realização dessas consultas públicas.

⁵⁵ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm

Ao analisarmos essa composição percebemos, que, apesar do número de vagas reservadas para a sociedade ser maior (15 membros), o governo federal detém o poder de indicação de 19 deles, algo muito próximo do que acontece com o caso da Fundação Padre Anchieta, da TV e Rádio Cultura de São Paulo. Não obstante, dois itens da Lei 11.652 são extremamente positivos, seu § 2º, veda a indicação ao Conselho Curador de:

I - pessoa que tenha vínculo de parentesco até terceiro grau com membro da Diretoria Executiva; II - agente público detentor de cargo eletivo ou investido exclusivamente em cargo em comissão de livre provimento da União, Estados, Distrito Federal ou Municípios, à exceção dos referidos nos incisos I e III do § 1º deste artigo.⁵⁶

É necessária a participação cada vez maior da sociedade acompanhando a execução desta legislação para que essas indicações avancem, no sentido de que sejam ainda mais democráticas. Incluindo, cada vez mais, a população nas discussões e decisões tomadas sobre a comunicação pública. De forma transparente. Assim, a população irá conhecer a sua mídia pública e poder opinar sobre qual mídia ela quer e precisa.

Estrutura

A TV Brasil cobre hoje 100% do território brasileiro. Seu sinal pode ser encontrado em toda a TV aberta ou segmentada, diretamente ou através das suas emissoras filiadas. No quadro seguinte trazemos a cobertura atual da TV Brasil:

⁵⁶ (idem)

Quadro 6 – Cobertura da TV Brasil

PLATAFORMA	ONDE ENCONTRAR
TV Aberta	Brasília - canal analógico 2, canal digital 15 Rio de Janeiro - canal analógico 2, digital 41 São Paulo - canal analógico 62, digital 63 São Luiz do Maranhão – canal analógico 2 Emissoras afiliadas em todos os estados do Brasil
TV por assinatura	Net canal 16 e Sky canal 116
Antena Parabólica	Analógica - Freq.3750 - Banda L – 1.400 - Polarização: Horizontal Digital-Freq.3656 - Polarização Vertical – <i>Symbol</i> <i>Rate</i> : 3930 – FEC: $\frac{3}{4}$
Internet	www.tvbrasil.org.br/webtv

O próximo quadro traz um levantamento das emissoras estaduais que fazem parte da Rede encabeçada pela TV Brasil. Constata-se que a emissora pública cobre 100% do território brasileiro.

Quadro 7 – Emissoras Estaduais⁵⁷ Afiliadas a TV Brasil⁵⁸

UF	GRUPO	EMISSIONA	CIDADE	CANAL ANALÓGICO	CANAL DIGITAL
AL	Instituto Zumbi dos Palmares	TVE Alagoas	Maceió	3	14 (em implantação)
AP	Fundação Semeador	TV Tarumã	Macapá	16 (fora do ar)	–
AM	Governo do Estado do Amazonas/ FUNTEC	TV Cultura do Amazonas	Manaus	2	32 (em implantação)
BA	UESB	TV UESB	Vitória da Conquista	4	-
	IRDEB	TVE Bahia	Salvador	2	24.1 HD e 24.2 SD
	Colégio Modelo Luís Eduardo Magalhães	TV Irecê	Irecê	8	-
CE	Governo do Estado do Ceará	TV Ceará	Fortaleza	5	28
	Rede Sinal de Comunicação	TV Sinal	Aracati	7	14 (em breve)
ES	SEES	TVE ES	Vitória	2	20
	Guarapari	TV Guarapari	Guarapari	9	–
	–	TV Sim	Linhares	16	32 (em implantação)
GO	Fundação RTVE	TV UFG	Goiânia	14	15 (em implantação)
MT	Universitária	TV Universitária	Cuiabá	2	–
MS	Governo do Estado de Mato Grosso do Sul	TV Brasil Pantanal	Campo Grande	4	42 (em implantação)
MG	Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais	Rede Minas	Belo Horizonte	9	17.1 HD e 17.2 SD
	Sistema Regional de Comunicação	TVE	Juiz de Fora	12 e 51	–
	Fundação Cultural Mangabeiras	TV Betim	Betim	53	52
	Fundação Educativa e Cultural Vale do Aço	TV Cultura	Ipatinga	4	–
	Fundação Educativa de Poços de Caldas	TV Poços	Poços de Caldas	2 e 22	–

⁵⁷ Este quadro é montado com as emissoras estaduais. No caso de São Paulo (capital), Rio de Janeiro, Maranhão e do Distrito Federal é feito pela própria EBC e não por TVs estaduais.

⁵⁸ Este quadro foi montada com base em informações disponíveis no Sistema de Informação dos Serviços de Comunicação de Massa (SISCOM) do portal da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL). Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/>

	Fundação Educativa Cultural e Assistencial Ismênia Vita Reis	TV Libertas	Pouso Alegre	3	35
	Sociedade Cultural Campo das Vertentes	TV Campos de Minas	São João del-Rei	11	–
	Universidade Federal de Viçosa	TV Viçosa	Viçosa	13	–
	Fundação Educacional e Cultural do Sudoeste Mineiro	TV Sudoeste	São Sebastião do Paraíso	31	47 (em breve)
	–	TV Rio Preto	Unaí	13	–
	Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais	Rede Minas	Belo Horizonte	9	17.1 HD e 17.2 SD
PA	Governo do Estado do Pará/ FUNTELPA	TV Cultura do Pará	Belém	2	41
	Prefeitura Municipal de Altamira	TV Altamira	Altamira	6	–
PB	UFPB	TV UFPB	João Pessoa	43	44 (em implantação)
PR	Governo do Estado do Paraná	E-Paraná	Curitiba	9	36
	–	TV Beltrão	Francisco Beltrão	13	–
	–	TV Carajás	Campo Mourão	2	59
PE	UFPE	TV Universitária	Recife	11	–
	Governo do Estado de Pernambuco	TV Pernambuco	Caruaru	12	45
	Governo do Estado de Pernambuco	TV Golfinho	Vila dos Remédios, Fernando de Noronha	11	–
PI	Fundação Antares	TV Antares	Teresina	2	24
	Fundação Antares	TV Picos	Picos	13	–
	Fundação Antares	TV Delta	Parnaíba	2	–
RJ	–	TV Barra Leste	Maricá	46	–
RN	UFRN	TV Universitária	Natal	5	48 (em implantação)
RS	Governo do Estado do Rio Grande do Sul / Fundação Cultural Piratini	TVE RS	Porto Alegre	7	30
RO	Governo do Estado de Rondônia	TV Madeira-Mamoré	Porto Velho	2	–

RR	Governo do Estado de Roraima	TV Universitária	Boa Vista	2	–
SE	Governo do Estado do Sergipe / Fundação Aperipê de Sergipe	Aperipê TV	Aracaju	2	31
SC	UFSC	TV UFSC	Florianópolis	–	63.1
	–	ARTV	Araranguá	5	–
SP	–	Nova TV Catanduva	Catanduva	27 UHF	–
	Prefeitura Municipal de São Carlos	TVE São Carlos	São Carlos	48	–
	–	TV Reeducar	São José dos Campos	11 VHF e 40 UHF	–
	–	TV Serrana	Botucatu	55	–
	–	TV dos Trabalhadores	Mogi das Cruzes	46	44
	–	TV Tupi Paulista	Tupi Paulista	50	51 (em implantação)
	–	TV do Vale	Mogi Guaçu	9	–
	Fundação Cultural Anhanguera	Rede Paulista	Jundiaí	14	–
	–	TV UNIFEV	Votuporanga	55	–
	Grupo Agora de Comunicação	STZ TV	Sertãozinho	59	–
	–	TV Cidade	Ibitinga	19	–
	Sistema Costa Norte de Comunicação	TV Costa Norte	Bertioga	48	49 (em implantação)
	–	TV Thathi	Ribeirão Preto	33	–
	UniSantos	TV UniSantos	Santos	40	41 (em implantação)
	Grupo Sabione de Comunicação	TV Birigui	Birigui	19	–
TO	Redesat Tocantins (Fundação UNITINS)	TVE Tocantins	Palmas	13	36 (em implantação)

No caso das rádios, a EBC consegue ensaiar uma rede nacional, através das emissoras filadas à Associação das Rádios Públicas do Brasil (ARPUB), no entanto, montar uma rede nacional ainda é algo difícil, mesmo para as rádios comerciais. A ARPUB tem conseguindo bons projetos em rede, com alguns de seus filiados, dentro das possibilidades e estruturas de casa emissora.

Um desses projetos, o Conexão Brasil⁵⁹, desde o seu início (2008), reuniu mais de 300 artistas e bandas de São Paulo, Minas Gerais, Sergipe, Bahia, Rio de Janeiro, Goiás, Distrito Federal, Rio Grande do Norte, Paraná e Pernambuco em pequenos programas veiculados durante os intervalos das emissoras. Uma vez por mês, uma emissora pública estadual, rodava os programas de uma emissora parceira de outro Estado. Esses programas consistiam basicamente num breve texto de apresentação dos artistas e na execução de uma música. O primeiro Conexão Brasil foi produzido pela Aperipê FM, em 2009. Na época, a própria emissora recolheu todos os materiais, (Rezende⁶⁰, 2015) montou e empacotou os programas e fez a sua própria distribuição, por iniciativa do diretor da Rádio, Patrick Torquato, que era membro da diretoria da ARPUB.

Um ponto fundamental sobre a questão da estrutura da EBC, é a do Operador de Rede. Com o advento da TV Digital e do sistema 4G da telefonia móvel, existe uma disputa entre as empresas de televisão de massa e as operadoras de telefonia móvel, referente à transmissão do sinal pela banda dos 700 mega-hertz (MHZ).⁶¹

Isso dificulta a vida da TV Brasil e das suas emissoras afiliadas. O problema de fato se dá na emissão do sinal, pois a banda 4G ocuparia o espaço entre os canais 52 e 69, destinados à maioria dessas emissoras. Tal fato poderia ser evitado com a construção de um grande Operador de Rede comum a todas as TVs públicas, porém, talvez pelo volume do investimento exigido, pouco se têm discutido esse tema.

⁵⁹ Para ver mais informações sobre o projeto é possível acessar o site da ARPUB: <http://www.arpub.org.br/index.php/2014-02-27-12-18-47/conexao-brasil>

⁶⁰ Entrevista concedida por Aldanny Guimaraes Rezende, ex-diretor de *Marketing* da FUNDAP, em Janeiro de 2015, por telefone.

⁶¹ Existe uma matéria na Agência Brasil, discutindo esse tema e o financiamento das emissoras do campo público. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/camara-debate-financiamento-de-emissoras-publicas>

2.3 –Um breve panorama das demais emissoras do campo público

As Legislativas

Em termos de regulamentação as emissoras legislativas têm como marco a chamada Lei do Cabo, Lei 8.977/95, cujo objetivo é, “promover a cultura universal e nacional, a diversidade de fontes de informação, o lazer e o entretenimento, a pluralidade política e o desenvolvimento social e econômico do país”.

Em termos de gestão, a realidade das TVs legislativas brasileiras é bem diferente de outros países. A administração e a ocupação de cargos de direção são sempre feitas por nomeação e não existem conselhos que ofereçam possibilidades de participação popular (Jardim, 2008). A combinação desse modelo administrativo fechado com o financiamento público dá a esses canais um perfil estatal e de domínio da mesa diretora das casas.

Para fazer um comparativo entre a realidade brasileira e a realidade internacional Jardim (2008, p.112 e p111) montou dois quadros, um que esboça a realidade da gestão das TVs legislativas de alguns países do mundo e outro que traz um desenho da realidade brasileira, em nível estadual.

Quadro 8 – Características da Gestão das Televisões Legislativas na América Latina, Estados Unidos e França.

PAÍS	ADMINISTRAÇÃO	OCUPAÇÃO CARGO DIREÇÃO	CONSELHO/COMITÊ EDITORIAL	TIPO DE GESTÃO
Argentina	Institucional	Nomeação	Não	Fechado
Chile	Independente	Nomeação	Sim	Aberto
Estados Unidos	C-SPAN ⁶²	Mérito	Sim	Aberto
França	Institucional	Votação	Sim	Aberto
México	Institucional	Votação	Sim	Aberto
Peru	Institucional	Nomeação	Não	Fechado
Venezuela	Institucional	Nomeação	Não	Fechado

⁶² (1)A C-SPAN reúne as empresas operadoras de TV a cabo nos Estados Unidos.

Fonte: “Antenas do Legislativo na América Latina” (2006).

A autora lembra que o modelo francês de emissora legislativa, apesar de manter uma administração estatal, adota como método para a indicação do diretor um processo de votação, em que os candidatos ao cargo defendem um projeto de trabalho para os parlamentares membros de uma Comissão, ocasião em que os candidatos ao cargo são sabatinados. Já nos modelos do Canadá e dos Estados Unidos, a cobertura dos trabalhos legislativos é realizada através de um canal de TV que pertence às empresas operadoras da rede de TV a cabo, de certa forma isso inibe a ação direta de interferência editorial feita por políticos.

Quadro 9 – Características da Gestão das Televisões das Assembleias Legislativas Estaduais no Brasil

ESTADO	MANDATO DA MESA	ADMINISTRAÇÃO	DIREÇÃO	CONSELHO EDITORIAL ⁶³	FINANCIAMENTO	TIPO DE GESTÃO
AMAZONAS	Bienal, permitida a reeleição	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
CEARÁ	Bienal	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
DISTRITO FEDERAL	Bienal	Terceirizado	Nomeação	Não	Público	Fechada
ESPÍRITO SANTO	Bienal	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
GOIÁS	Bienal	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
MATO GROSSO	*	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
MATO GROSSO DO SUL	Bienal	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
MINAS GERAIS	Bienal, permitida a reeleição	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
PARAÍBA	Bienal	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
PERNAMBUCO	Bienal	Terceirizado	Nomeação	Não	Público	Fechada
PIAUÍ	*	*	Nomeação	Não	Público	Fechada
RIO DE JANEIRO	Bienal	*	Nomeação	Não	Público	Fechada
RIO GRANDE DO NORTE	Bienal	Terceirizado	Nomeação	Não	Público	Fechada
RIO GRANDE DO SUL	Bienal	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
RONDÔNIA	Bienal, permitida a reeleição	*	Nomeação	Não	Público	Fechada
SANTA CATARINA	Bienal	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada
SÃO PAULO	Bienal	Terceirizado	Nomeação	Não	Público	Fechada
SERGIPE	Bienal	Institucional	Nomeação	Não	Público	Fechada

⁶³ Nota. (1) Conselho editorial em atividade. (2) * Sem informação. Fonte: “Antenas do Legislativo” (2007) e sites das Assembleias Legislativas

Através do quadro 9 podemos perceber que a gestão das emissoras é realizada através de uma direção montada apenas por nomeação o que é suscetível de indicação política. Apenas no caso de São Paulo e do Distrito Federal a administração é feita de forma terceirizada. Entretanto todas as gestões são fechadas, ou seja, sem a participação da sociedade nas decisões por meio de conselhos.

A seguir, reproduzimos o quadro montado por Santos (2006) com uma proposta de cronologia das TVs legislativas até 2006:

Quadro 10 – Cronologia das TVs Legislativas (1935-2006)

ANO	EVENTO
1935	Criação do programa de notícias governamentais A Hora do Brasil no rádio.
1938	Obrigatoriedade de transmissão de A Hora do Brasil por todas as rádios do país.
1952	Algumas Câmaras Municipais contratam rádios para transmissão de suas sessões.
1962	O Programa Hora do Brasil passa a se chamar A Voz do Brasil e a ser dividido entre os poderes executivo, legislativo e judiciário.
1978	Criação do C-SPAN nos EUA, com 2 emissoras de rádio legislativas.
1979	Criação dos canais de televisão do C-SPAN para Câmara e Congresso dos EUA.
1993	Criação da LCP, TV legislativa francesa.
1993	O Senado Federal cria a “Central de Vídeo do Senado”, embrião da TV Senado.
1995	Aprovação da Lei da Cabodifusão (8977) que obrigou as operadoras de TV a Cabo reservar para uso gratuito canais para o Senado, para a Câmara dos Deputados e para as Assembleias Legislativas/Câmaras Municipais.
1995	Criação oficial da TV Senado, no mês de junho.
1995	Início das transmissões da TV Assembleia Legislativa de MG, no mês de novembro, sendo a primeira emissora legislativa a operar em caráter regular no Brasil.
1996	Início das transmissões regulares da TV Senado via TV a cabo, no mês de fevereiro.
1996	Início das transmissões da TV Senado via satélite de sinal aberto, para recepção em antenas parabólicas convencionais.
1996	Início das transmissões regulares da TV Senado via TV aberta, para o distrito federal.
1997	Criação oficial da TV Câmara dos Deputados.
1997	Início das transmissões da TV Senado via TV a Satélite por assinatura.
1998	Início das transmissões da TV Câmara (dos Deputados) via TV a Cabo, via sinal de satélite aberto e via TV aberta para o Distrito Federal.
2004	O Brasil atinge um número de 59 TVLs, entre Senado, Câmara e TVs das Assembleias/Câmaras Municipais.

2005	Início das transmissões da TV Assembleia Legislativa de MG, via TV aberta, através de repetidoras de sinal de UHF.
2005	Aprovação do novo Regulamento dos Serviços de Radiodifusão por R-TVs (Retransmissoras e repetidoras de televisão), que além da modalidade comercial, pública e educativa, cria também a de emissora institucional permitindo autorizações de repetidoras de tevês da União, como a do Senado, a da Câmara dos Deputados e a da Presidência da República
2005	Início das transmissões integrais e ao vivo da TV Senado e da TV Câmara via streaming de Internet para banda larga.
2005	Criação da TV Senado 2, com transmissão de um outro canal de internet com as atividades simultâneas das sessões para internautas e órgãos de mídia.
2006	Comemoração dos 10 anos da TV Senado.
2006	TV Senado e TV Câmara passam a atingir cerca de 12 milhões de domicílios brasileiros.
2006	Criação da Rede Senado de Televisão, por meio da obtenção pela TV Senado de 10 autorizações do Ministério das Comunicações para operação de RTV com a difusão de seu sinal para TV aberta nas cidades de Salvador, Recife, Fortaleza e Manaus, já em 2006, e, Rio de Janeiro, Belém, Natal, Maceió, Cuiabá e Boa Vista, para 2007.

Como vimos na cronologia apresentada no quadro, a comunicação pública legislativa também começa no rádio, com a criação do programa A Hora do Brasil, em 1935, que falava de todas as notícias governamentais. Em 1938 a veiculação do programa passa a ser obrigatória por todo o país. Em 1952 algumas câmaras municipais contratam as emissoras de rádio para transmitir suas sessões. Em 1962 o Hora do Brasil passa a se chamar Voz do Brasil, agora com seu espaço dividido entre os três poderes, executivo, legislativo e judiciário.

O embrião da TV Senado é a “Central de Vídeo do Senado” (Santos, 2006, p.12), criada em 1993, durante a presidência do Senador Humberto Lucena, do PMDB da Paraíba. A Central foi criada para registrar as sessões e para a produção de vídeos que seriam enviados para veiculação nas TVs comerciais.

A primeira emissora legislativa brasileira foi a TV Assembleia Legislativa de MG, que começou a operar no mesmo ano da aprovação da lei do cabo, 1995. No plano nacional isso só aconteceu um ano depois com a TV Senado (1996) e dois anos depois com a TV Câmara (1998).

Se no começo a recepção das TVs legislativas federais era possível apenas para os assinantes de TV a cabo, logo os sinais chegaram à TV aberta em Brasília e a todo o país por meio de antenas parabólicas. Em 2004 o Brasil atinge o número de 59 emissoras legislativas (entre Senado, Câmara, TVs estaduais e TVs municipais).

Em 2009 O Senado passa a ter perfil nas redes sociais da internet e começa a interagir com a população⁶⁴. Ainda nesse ano, o número de canais foi ampliado, com o auxílio da internet, quando os canais TV2, TV3 e TV4 passaram a transmitir reuniões que ocorrem simultaneamente à que está ao vivo no TV1⁶⁵. No dia 29 de abril de 2010, a TV Senado inaugurou transmissões digitais pelo canal 61 em São Paulo, em parceria com a TV Câmara e a TV ALESP (da Assembleia Legislativa de São Paulo). Ainda em 2010 o canal transmite as programações das três emissoras públicas, de modo simultâneo, durante 24 horas por dia.⁶⁶

A existência das emissoras legislativas se justifica pela utilidade pública que exercem, ao serem espécies de canal de informação entre a população e os mandatos dos parlamentares que os representam. Para Mariana Martins (2014) a função de Prestação de Contas (*Accountability*), por si só, já justifica a existência dos canais legislativos. Afirmar a autora:

A prestação de contas aliada à transparência, promovida principalmente pelo ao vivo das sessões plenárias e das comissões, são por definição as principais missões que os veículos legislativos cumprem, e justificam, por si só, a existência dos canais legislativos. Isso, tendo em vista que se existissem apenas como canal e para transmissão ao vivo e sem edição das atividades parlamentares, já cumpririam uma função primordial de prestação de contas, pois o cidadão e a cidadã que elegeu o seu representante pode, quando quiser, assistir a atividade do seu parlamentar (CARVALHO, 2014, p. 264).

As comunitárias

Uma das garantias da Lei do Cabo foi o espaço assegurado para os canais comunitários. Por lei, asadoras são obrigadas a carregar essas emissoras em suas grades de programação. Cada município pode ter uma TV Comunitária no cabo e duas no Canal da Cidadania, na TV aberta⁶⁷.

Peruzzo (2000) classifica as TVs comunitárias em:

⁶⁴ Fonte: http://www.senado.gov.br/noticias/tv/pagina2.asp?cod_pagina=5

⁶⁵ Fonte: (idem)

⁶⁶ Fonte: (Ibidem)

⁶⁷ De acordo com a previsão da Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e na Portaria 489, 18 de dezembro de 2012 que regulamenta o Canal da Cidadania.

- a) **TVs “Comunitárias” em Alta Frequência (UHF)** – São televisões locais, que se utilizam da programação das TVs educativas culturais estaduais, por meio de convênio, para completar a sua grade de programação. Sua outorga é uma permissão de uso e não concessão, como as TVs públicas estaduais. Está sob a responsabilidade e fiscalização da Secretaria Nacional de Comunicações, mediante avaliação de projeto de viabilidade técnica apresentado pela instituição interessada. São canais preferencialmente destinados a Prefeituras, Universidades e Fundações.

- b) **Televisão de Baixa Potência (VHF)** – São transmissões de baixa frequência, que servem para atender comunidades muito próximas. Não estão legalizadas e, por isso mesmo, suas transmissões são inconstantes e bem objetivas no sentido de contestar as concessões tradicionais.

- c) **TV de Rua** – São iniciativas populares, gravadas em vídeo e exibidas para pessoas de comunidades próximas, produzidas com a participação da população e transmitidas em espaços públicos abertos, tais como, muros, praças e ruas ou lugares fechados como, postos de saúde, creches, escolas, centros comunitários, associação de bairro, sindicato, ginásios esportivos, hospitais etc.

- d) **Canal Comunitário da TV a Cabo**⁶⁸: canal garantido pela Lei do Cabo e que é transmitido com a tecnologia da TV fechada.

Entre os canais que formam o campo público de comunicação, os comunitários possuem as maiores dificuldades de sobrevivência. Primeiro por uma não regulamentação clara do seu modelo de negócio ou mesmo de sua existência. Segundo, consequência do primeiro, por não conseguir desenvolver um modelo de financiamento que seja perene e constante.

⁶⁸ Outros sistemas de transmissão de TVs por assinatura são: MMDS – *Multichannel Multipoint Distribution System* (Serviço de Distribuição Multiponto Multicanal), através de antena microondas (por ar e terra); DBS – *Direct Broadcasting Satellite*, por satélite e exige parabólica para recepção; STV – *Subscription Television*, por satélite; DTH – *Direct To Home*, o satélite (digital), utilizados pela Sky e Direct TV. Ver Duarte, 1996 (Peruzzo, 2000)

Torna-se difícil manter uma grade de programação que atraia mais público espectador e, muito menos, formar uma rede, que amplie a sua cobertura, para que elas se tornem atores na concorrência do mercado audiovisual. Tanto do ponto de vista econômico quanto do ponto de vista de legitimação da sua atividade enquanto serviço público prestado, já que ficará sempre sujeita a maior influência de seus financiadores, podendo haver uma série de assédios, como defendemos que não deve haver nas emissoras do campo público, por sua latente fragilidade de sobrevivência.

As universitárias

O caso das TVs Universitárias (TVUs) é um pouco mais complexo e merece uma reflexão mais aprofundada, como fazem PORCELLO (2000 e 2002) e MARTELLI (2012). Surgida, igualmente, a partir da Lei do Cabo, em 1995, a primeira TV universitária brasileira foi também a primeira TV pública do país, a TV Universitária de Pernambuco, em 1967. Essas emissoras estão ligadas às Universidades Federais e às Universidades privadas, que são empresas que prestam um serviço ao Estado, como forma de preencher os espaços que o poder público não consegue. Para Martelli:

Para pensar numa programação para a TV universitária e atrair o público, é preciso partir da própria dificuldade de compreensão do conceito de televisão universitária, que ainda é ambíguo. Muitos acreditam que os canais universitários são apenas TV laboratório, onde os estudantes produzem programas orientados por professores, visando tão somente a capacitação profissional desses alunos para o mercado de trabalho (MARTELLI, 2012, p. 44).

Embora as TVUs atuem tanto no campo da TV de massa quanto no da TV segmentada é indiscutível que a obrigatoriedade da veiculação dos canais universitários de forma gratuita, na TV por assinatura, como previu a Lei do Cabo, serviu para aumentar consideravelmente o número de emissoras. Por essa Lei, a gestão e a programação das emissoras universitárias devem ser compartilhadas por todas as universidades da região da sua cobertura. Entretanto, pela lei do acesso condicionado, Lei 12.485/11, agora pode ser dividida também com centros universitários e demais instituições de ensino superior (MARTELLI, 2012).

Quanto a administração das TVUs:

Algumas televisões têm sua administração ligada às reitorias das universidades, outras às assessorias de imprensa e comunicação ou ainda instaladas por meio dos cursos de comunicação e isso contribui para a diversidade de objetivos (MARTELLI, 2012, p. 42).

Do ponto de vista do financiamento dessas emissoras, “o uso do canal é de responsabilidade exclusiva da instituição que deve arcar com todos os custos mas tem limitações quanto à forma de fazer frente a esses custos. A propaganda comercial é proibida” (PORCELLO, 2000, p.74).

No campo político, a entidade que atua na representação das TVs universitárias é a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU). Fundada em 30 de outubro de 2000 (cinco anos após o surgimento da Lei do Cabo). Em seu portal, na internet, a ABTU define suas associadas como, “instituições conceituadas, nacional ou regionalmente, que transmitem informação e cultura em todas as tecnologias disponíveis de televisão: ondas eletromagnéticas (nas frequências VHF e UHF), cabo, satélite e Internet”.⁶⁹

Analisando a situação pelo tripé de eixos de nossa pesquisa (Gestão, Estrutura e Participação Popular), podemos notar o que nos parece uma dificuldade de participação popular na administração das TVUs. Assim, podemos fazer um paralelo com as demais TVs do campo público, principalmente as educativas culturais, sobre o fato de as TVs universitárias estarem diretamente ligadas às gestões transitórias das reitorias e as educativas culturais, em sua maioria, estarem ligadas, geralmente, aos governos estaduais. Elementos como a falta de um conselho curador, deliberativo ou consultivo ou a proibição de publicidade, e portanto de um financiamento não estatal e contingenciado, as torna entidades com uma certa fragilidade institucional e sem vida institucional própria, sendo um modelo em construção entre o público e o privado.

No quadro a seguir, desenhamos uma ordem cronológica dos acontecimentos que marcaram o surgimento e o desenvolvimento das TVUs brasileiras, até o final de 2014.

Quadro 11 – Cronologia das TVs Universitárias

ANO	EVENTO	ANÁLISE
1962	Promulgação da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962	Lei que cria o Código Brasileiro de Telecomunicações
1967	Decreto-Lei nº 236, de 28 de Fevereiro de 1967	Atualização do Código Brasileiro de Telecomunicações, que estabelece que deixa clara a não concorrência das

⁶⁹ Fonte: Portal ABTU Disponível em: http://www.abtu.org.br/WebSite/?page_id=1504

		televisões educativas com as comerciais – tanto no modelo de programação quanto na captação de recursos.
1967	Surgimento da TV Universitária de Pernambuco.	Surge na TV aberta, através de uma outorga dada pelo governo federal (época da ditadura militar) para que fosse um canal de cunho educativo, cultural e que exibisse conteúdo de cunho educativo profissionalizante, para auxiliar na qualificação da mão de obra nacional.
1995	Criação da Lei do Cabo, que estabelece a obrigatoriedade da veiculação das emissoras universitárias na TV por assinatura.	Essa lei estabelece que as operadoras de TV a cabo são obrigadas a carregar os canais universitários, de forma gratuita.
1996	Promulgação do Decreto nº 2.108/96	Durante o primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso, há uma importante alteração no processo de concessão de outorga para a TV aberta, sobre tudo nas TVs públicas.
1997	Realização do 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias	O Fórum Reuniu cerca de 50 representantes de emissoras universitárias (nem todos produtores de TV)
1997	Surge o Canal Universitário de São Paulo	Surge o primeiro consórcio entre universidades para colocar no ar um canal de televisão. O canal é constituído por nove universidades.
1998	Surge a TV Universidade de Porto Alegre ⁷⁰	Inicialmente o projeto conta com nove associados, atualmente tem a participação da Universidade Federal do RS (UFRGS), Pontifícia Universidade Católica do RS (PUCRS), Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA) e Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter).
1999	Surge a Canal Universitário do Rio de Janeiro, UTV.	Formada por 19 associados, em 30 de agosto de 1999. Atualmente, a UTV conta com a parceria de 9 instituições: Fundação CESGRANRIO, CIEE-Rio, Fiocruz, Universidade Candido Mendes, UNIESP, UNIRIO, UNISUAM, Universidade Veiga de Almeida e PUC-Rio ⁷¹ .

⁷⁰ Fonte: Portal UNITV. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/unitv/institucional.html>

⁷¹ Fonte: Portal UNITV. Disponível em: <http://www.utv.org.br/sobre/>

1999	Surge a TV UFMG, em março de 1999 ⁷² .	São parceiros do Canal Universitário, além da UFMG, a PUC Minas, UEMG e UNIBH. ⁷³
2007	I Fórum Nacional de TVs Públicas	Acontece o primeiro fórum que reúne e conceitua as emissoras públicas como o Campo Público de Comunicação. A ABTU é uma das entidades que mobiliza e que assina a carta final do encontro.
2011	Promulgação da Lei 12.485 do Serviço de Acesso Condicionado – SeAC	Considerada um dos principais marcos da comunicação do Brasil, essa lei, junto da Resolução nº 581, de 26 de março de 2012, estabelecem novos parâmetros para a TV segmentada (incluindo todas as suas plataformas) e a produção de conteúdo. A partir dessa lei as operadoras de todas as plataformas pagas (satélite ou cabo) são obrigadas a carregar, também, os canais universitários. A lei anterior só previa essa obrigatoriedade para o cabo.

O canal da cidadania

Fruto da discussão mais recente, entre as TVs do campo público, oriundo da promulgação da Lei 12.487 do Acesso Condicionado, a SeAC, o Canal da Cidadania aparece como mais uma janela para a participação popular.

O Canal da Cidadania é uma emissora de TV aberta a qual toda cidade brasileira tem direito. Para existir depende de um pedido a ser feito pela prefeitura ou pelo governo do Estado. No Canal da Cidadania deve existir a multiprogramação, a ser dividida da seguinte maneira: um canal para da prefeitura, um do governo estadual e dois canais comunitários. A programação dos canais deve ser simultânea e paralela, sem que haja interferência de um no outro, ou seja, cada canal tem a sua programação independente. Essa possibilidade existe graças a multiprogramação da TV Digital.

O Canal da Cidadania é regulamentado por uma série de leis, decretos e portarias⁷⁴. As principais são:

⁷² Sobre a criação da TV UFMG ver um boletim oficial da UFMG de 1998. Disponível em: <https://www.ufmg.br/boletim/bol1212/>

⁷³ Fonte: Portal TV UFMG. Disponível em: <https://www.ufmg.br/online/tv/>

⁷⁴ Fonte: <http://canaldacidadania.org.br/download/cartilha.pdf>

- 1) **Decreto 5.820, de 29 de junho de 2006** – Cria a TV Digital no Brasil e prevê o Canal da Cidadania.
- 2) **Lei 189, de 24 de Março de 2010** – Estabelece as primeiras diretrizes do Canal da Cidadania.
- 3) **Lei 12.485, de 12 de setembro de 2011** – Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado e garante o Canal da Cidadania na TV por assinatura.
- 4) **Decreto 7.670, de 16 de janeiro de 2012** – Autoriza o MiniCom a outorgar o Canal da Cidadania
- 5) **Portaria 489, de 18 de dezembro de 2013** – Norma que define os procedimentos, prazos e exigências para instalar o Canal da Cidadania.
- 6) **Portaria 57, de 13 de março de 2013** – Autoriza as TVs públicas estaduais e municipais a operar o Canal da Cidadania em cidades onde já transmitem.
- 7) **Portaria 4, de 17 de janeiro de 2014** – Garante qualidade mínima para todas as programações do Canal da Cidadania. O canal da prefeitura pode ser exibido em alta definição (HD).

Gestão

É obrigatório que o Canal da Cidadania tenha um Conselho Local que deve ser nomeado pela prefeitura por meio do Diário Oficial do município. Esse conselho pode ser criado unicamente para este fim ou pode ser incluído às atribuições dos conselhos municipais de comunicação ou de cultura. Os membros devem ser divididos entre a sociedade civil (devendo ser a maioria) com representantes empresariais e não empresariais e o governo. O conselho deve ser composto por no mínimo três membros.

O Canal da Cidadania também deve ter a figura do Ouvidor, com mandato de três anos, que deve ser o responsável por intermediar a relação com a população e redigir e enviar relatórios para o Ministério das Comunicações a cada 6 meses.

Financiamento

O financiamento do Canal da Cidadania é feito a partir das seguintes condições:

- 1) **Publicidade Institucional** – É permitida a veiculação de publicidade institucional de empresas privadas e órgãos estatais, nos intervalos da programação. A publicidade institucional é comum nas outras emissoras do campo público e também é conhecida como “Apoio Cultural”. Nela existe a exibição da marca sem mostrar produtos, preços e condições de pagamento.
- 2) **Patrocínio** – Modelo mais fácil para implementação por não possuir todas as exigências da publicidade oficial.
- 3) **Contribuição à Radiodifusão Pública** – Dentro da lógica de financiamento de todo o sistema público brasileiro, ainda está para ser regulamentada a divisão desse fundo da EBC com as demais emissoras do campo público, como o Canal da Cidadania.
- 4) **Compartilhar programação com Câmara dos Vereadores** – Apesar de ser proibido vender espaço na grade de programação, o Canal da Cidadania pode montar uma parceria com a Câmara dos Vereadores, para a transmissão das sessões legislativas. Assim a Câmara pode contribuir financeiramente para o canal.
- 5) **Fundo Setorial do Audiovisual** – O Canal da Cidadania e as demais emissoras do campo público receberão conteúdos audiovisuais produzidos através de editais patrocinados pela ANCINE, por meio do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).

2.4 – Os canais privados de espírito educativo

A continuidade do que ocorreu com a transformação da TV Cultura, quando deixou de ser uma TV comercial para ser uma TV educativa, ou anteriormente, com a estatização da Rádio Nacional, mas a partir dos anos 1990, um fenômeno inverso ocorre:

É interessante notar, por outro lado, que instituições envolvidas na parceria com o sistema estatal brasileiro, acabaram por criar, nos anos 90, canais culturais e educativos próprios, como o do sistema SESC/SENAC, transmitido via cabo ou satélite. Foi estabelecida também, com os mesmos parceiros e outros, de porte internacional, um projeto liderado pelas Organizações Globo, a TV Futura, de caráter educativo, transmitida via cabo e satélite, podendo ser recebida também através de uma antena parabólica comum, como qualquer emissora aberta, em todo o território

nacional. Assim, o sistema privado se beneficia hoje da existência desse padrão tecno-estético desenvolvido em parceria com o Estado nacional (BOLAÑO, BRITTOS, 2008, p.07).

De acordo com o portal de internet do Canal Futura, sua missão é, “Contribuir para a formação educacional da população, desenvolvendo as capacidades básicas da criança, do jovem, do trabalhador e de toda a sua família.” (Futura, 2014). Nota-se semelhança com um trecho da Lei Estadual 1.759, de 11 de dezembro 1972, do governo do Estado de Sergipe, que cria a Fundação Aperipê, estabelece em seu Art. 7º que: “os Serviços da Fundação Aperipê de Sergipe têm a finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo e são consideradas de interesse e aquela finalidade”

Além de manter uma emissora com a atividade fim muito parecida com o espírito da programação das TVs Públicas, a Globo montou com o Futura uma rede que cobre todo o país, com um alcance maior que o da TV Brasil (115.7 milhões de brasileiros têm acesso ao Canal Futura, enquanto 100 milhões têm acesso ao sinal da TV Brasil). O canal pode ser acessado através de antenas parabólicas simples (banda C), 18 retransmissores (TVs universitárias), 11 parceiros de conteúdo (também TVs universitárias) e, na TV por assinatura, está presente nos sistemas NET, SKY, Oi, Claro, Vivo e GVT.

Se levarmos em consideração a origem da radiodifusão na Europa e seu caráter público/estatal, bem como o surgimento das emissoras comerciais como forma de complementar atividades que a transmissão do Estado não alcançava e relacionamos o fato com o surgimento da radiodifusão no Brasil, que tem origem primeiro com a TV comercial e depois com as educativas, podemos entender tal contradição. Há um apregoador senso que liga a nossa percepção para a TV comercial como legítima e a TV pública como um adendo.

Não é de se espantar essa relação entre governo e grupos privados, uma vez que a própria Globo, através da disponibilização de outros serviços e programas sociais como o Ação Global e o Criança Esperança, bem como outras ações da Fundação Roberto Marinho, sendo a grande detentora da audiência no país, consegue fazer, através sua audiência o que os militares não conseguiram fazer com as TVs Educativas.

A Globo tenta fazer com o Futura o que era para ser feito na sua emissora principal, na TV aberta: auxiliar o acesso à informação e aos bens culturais, como forma complementar da ação do Estado, justificando a sua concessão pública. No entanto, a criação do Canal Futura, a manutenção do canal por meio de parcerias com a iniciativa

privada e a sua retransmissão por emissoras públicas universitárias, demonstram apenas que as Organizações Globo aproveitam-se do desconhecimento que existe por grande parte da população sobre os serviços públicos de comunicação e conseguem assim, passar uma imagem de que estão realizando ações de Estado, de interesse público, conjugando com seus interesses econômicos.

Caso parecido é o da SESC TV. Apesar de nos últimos anos ter perdido espaço de retransmissão de sinal, em algumas das maiores operadoras de TV a cabo do país, o SESC TV tem uma programação pautada pelas artes e pela educação, bem próximo do que entendemos por programação elitista, porém também existem programas de espírito técnico-profissionalizante.

A SESC TV é uma emissora composta majoritariamente por conteúdo nacional de produção independente, entretanto não é um canal público, tampouco comercial, uma vez que é mantido por uma entidade (Sistema S) e não uma empresa privada. O seu financiamento vem da própria entidade

A SESC TV foi criada pelo Serviço Social do Comércio de São Paulo, e o Canal futura pelas Organizações Globo, ambas vinculadas a grupos empresariais que estão ampliando seu sinal com a afiliação das TVs educativas. Parece ser uma contradição, as educativas serem proibidas de inserir publicidade, mas poderem ser filiadas a canais notoriamente ligados a grupos comerciais. (LOPES, 2009, p. 105).

Os canais privados educativos não complementam para o serviço público, uma vez que já existem uma centena de canais mantidos pelo Executivo, que cumprem bem esse papel, mas não como peças que em algum momento servirão para deslegitimar ideologicamente o Estado como prestador do serviço de comunicação pública.

Essas emissoras servem também como desarticuladoras da rede pública, por conta de suas parcerias com emissoras universitárias que deixam de exibir conteúdo do campo público, que de uma maneira ou de outra passam pela participação popular na gestão e na construção dos conteúdos, e passam a exibir programas e produtos audiovisuais dessas emissoras (Futura e SESC TV) que não possuem um conselho com participação popular, para que se pense que tipo de programação educativa está sendo executada por elas. Deixando-as assim livres e desregulamentadas para servir à vontade do Capital. Lopes (2010) resume assim essa questão:

Embora essa seja uma fundação criada pelas Organizações Globo, há indícios que seguem as mesmas metas comerciais e expansionistas do grupo. Dessa forma, o Canal Futura ter como afiliadas emissoras educativas, em canal aberto, pode representar sua ampliação e talvez contribuir para inviabilizar o fortalecimento da rede pública de televisão. (LOPES, 2010, p.82)

CAPÍTULO 3: O CASO DA APERIPÊ TV

Do ponto de vista do registro histórico, há uma séria dificuldade em se encontrar material para a pesquisa sobre o mercado sergipano de comunicação. Há, de fato, uma ausência de literatura específica e analítica crítica que, de certo, justificam a insistência e a existência deste trabalho.

Outra justificativa para a construção desta investigação é o caso que a Aperipê e o campo da comunicação, em Sergipe, apresentam. Esse pequeno e ousado menor estado brasileiro possui uma narrativa, que do ponto de vista histórico, é uma excelente ferramenta para registro dos desdobramentos do Estado Brasileiro, não por alguma singularidade. Pelo contrário disso. Graças a esses elementos comuns a TVs do campo público de outros estados, conseguimos revelar o nacional através do local. Contando a história da Aperipê e das políticas de comunicação, em Sergipe, estamos revelando os brasis. Tornando visível o que antes era invisível.

Neste capítulo, tratamos especificamente do mercado sergipano de radiodifusão, com o foco na TV Aperipê. Aqui montamos uma linha do tempo de modo que se relacionem os desdobramentos políticos com o históricos, começando pela formação do mercado sergipano, até concentrar nossos esforços especificamente nos estudos a respeito da Fundação Aperipê e de suas emissoras. A partir daí, seguimos o nosso eixo de análise: estrutura (física e administrativa), gestão (modelos de financiamento e participação popular) e programação (identificação dos conteúdos veiculados e da quantidade de horas de produção local).

3.1 – Um breve histórico da radiodifusão em Sergipe

A história da radiodifusão em Sergipe tem que ser contada a partir da conjunção entre as mudanças na política nacional e o começo da história do rádio local. Desde o começo dos anos 1930, Sergipe é governado por uma série de interventores federais, um processo que só termina durante a Segunda República Brasileira (em Janeiro de 1947).

Um dos interventores do período do Estado Novo, Eronildes de Carvalho, cria em 7 de fevereiro de 1939, através do decreto lei nº 171 (publicado no Diário Oficial do estado em 8 de fevereiro de 1939), a Rádio Aperipê de Sergipe (ZYD-2). Inicialmente, a emissora é implantada, de forma provisória, no palácio do governo e posteriormente

muda-se para o Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe, com o seu transmissor instalado na Av. Maranhão, no bairro Siqueira Campos.

Do ponto de vista das políticas de comunicação, a Rádio Aperipê faz parte do conjunto de medidas para enfraquecer as oligarquias regionais e fortalecer a imagem positiva do governo federal. Ainda durante o governo do último interventor federal do Estado Novo, Augusto Maynard Gomes (em 1942), a rádio foi transferida pra o palácio Serigy e teve seu nome trocado para Rádio Difusora de Sergipe⁷⁵.

A adoção de uma postura absolutamente autoritária, tendente a privilegiar o uso da rádio para dar vazão aos programas doutrinários do Estado, pretendia uma programação mais maleável, sobretudo após o início da fase comercial das emissoras radiofônicas.³ Tratava-se de um processo instável, mas que resultou em uma programação diversificada, com locutores e artistas consagrados graças a ela. Mais que isso, tal mistura contribuiu fundamentalmente para a idealização das imagens de políticos como Getúlio Vargas (1882-1954), em escala nacional, e Augusto Maynard Gomes (1895-1969), no âmbito regional, atestando assim o poder de fogo da nova mídia (MAYNARD, 2006, p. 82).

No que concerne à programação, ainda de acordo com Maynard (2006): “Logo que foi inaugurada, a rádio Aperipê transmitia aos seus ouvintes tangos, sambas, maracatus, valsas, fados, rumbas, frevos, marchas, choros e canções orfeônicas. Por se tratar da única emissora do Estado, a PRJ-6 teria que contemplar os diferentes gostos musicais”

Nos anos 50, surgem mais 3 emissoras de rádio: a Liberdade AM (7 de Setembro de 1953), a Rádio Jornal (17 de Setembro de 1958) e a Rádio Atalaia (29 de Junho de 1959). Todas estas emissoras existem até hoje e são administradas ou de propriedade de políticos, como veremos mais adiante no quadro 13.

Nos anos 1970, a Rádio Aperipê passa a fazer parte da Fundação Aperipê de Sergipe (FUNDAP) e nos anos que se seguiram, depois de passar por muitas mudanças institucionais e administrativas (que veremos no item específico sobre a Aperipê), o estúdio da rádio muda para a rua Propriá e nos anos 1980 para a rua Capela. Atualmente a emissora funciona na sede da Fundação, na rua Laranjeiras, anexo a um prédio da Secretaria Estadual de Educação.

⁷⁵ Fonte: <http://www.jusbrasil.com.br/diarios/2375847/pg-35-secao-1-diario-oficial-da-uniao-dou-de-09-07-1943>

Ainda na década de 1970, em novembro de 1971, nasce a primeira emissora TV local⁷⁶, a TV Sergipe. No momento de sua inauguração, era retransmissora da TV Tupi e dois anos mais tarde transformou-se em afiliada da TV Globo, principal emissora do Brasil, relação que permanece até os dias atuais.

A TV Sergipe nasceu como uma espécie de TV popular montada por profissionais e amadores. Seus primeiros proprietários foram, Francisco Pimentel Franco (Pai de Augusto Franco e avô de Albano e Walter Franco), Josias Passos, Getúlio Passos, José Alves, Hélio Leão, Augusto Santana, Paulo Vasconcelos, Lauro Menezes e Luciano Nascimento, além de, cerca de 900 compradores de ações da empresa.

Ao optar pela formação de uma Associação Anônima, a TV Sergipe se tornou a única emissora no Brasil formada com a participação financeira da sociedade. Além disso, seus dirigentes montaram toda sua estrutura com equipamento 100% nacional. Por outro lado, como seus principais anunciantes eram também seus principais acionistas, o setor comercial ganhava força frente aos demais (MOTA, 2013, p. 47).

Anos mais tarde a emissora viveria a sua primeira crise, pois não conseguia acompanhar as exigências impostas pela cabeça de rede. Em 17 de maio de 1975 é criada a TV 31 de Março⁷⁷, depois chamada de TV Atalaia⁷⁸, comandada pela família Franco. A TV Atalaia foi a primeira emissora de televisão do Norte/Nordeste a exibir a sua programação colorida.

Em 1976, a TV Sergipe é comprada pela TV Aratu, emissora que retransmitia o sinal da Rede Globo na Bahia, com o objetivo de montar uma rede de emissoras do Nordeste.

A compra da TV Sergipe fazia parte de um projeto audacioso: formar uma rede de televisão no Nordeste. Com os novos proprietários a emissora recebe uma injeção de capital e de experiência, além de novos equipamentos, como câmeras de estúdio mais modernas. Uma nova torre é montada com o objetivo de garantir maior qualidade para as transmissões (MOTA, 2013, p. 51).

⁷⁶É interessante lembrar que, desde a segunda metade da década de 1960, a televisão sergipana já realizava transmissões, graças a licenças provisórias que liberaram seu funcionamento em caráter experimental (MOTA, 2013).

⁷⁷Essa data faz alusão ao desencadeamento do Golpe Militar de 1964. (MOTA, 2013).

⁷⁸Além disso, foi a primeira do Nordeste, e quarta do Brasil, a transmitir sua programação completa totalmente em alta definição. O comando da TV Atalaia é realizado pelas Organizações Walter Franco, c. (MOTA, 2103)

Por intermédio da Família Franco a TV Sergipe volta a ser comprada da TV Aratu. Atualmente, a empresa é comandada por um grupo de acionistas. Entre estes acionistas está a família Franco, que tem ocupado os principais cargos de direção, deste grupo societário. (MOTA, 2013). Albano Franco é o atual presidente da TV Sergipe da empresa.

No final dos anos 1990, em 3 de julho de 1998, entra no ar a TV Cidade. Emissora local da TV segmentada, em seu auge ela chegou a transmitir 32 programas com conteúdo sergipano. No começo a emissora era de propriedade de Jefferson Andrade (dono da AV Produções, uma das principais empresas produtoras de Sergipe) que era o responsável pela estrutura técnica, Hugo Bartolomeu da Costa (editor da revista da operadora de TV a cabo Plataforma) responsável pelo departamento comercial e Itamar Vieira da Costa. Itamar foi responsável pelo aporte de capital.

Depois, em 2003 passa a integrar a sociedade o empresário do ramo de transportes Adierison Monteiro (CORREIA, 2006, p. 119), nas eleições de 2014 o empresário foi candidato a Deputado Federal, pelo PSDB. No início da sociedade ele possuía 50% das ações e posteriormente 90%. Ficando com Jefferson Andrade e Hugo da Costa dos outros 10%. A TV Cidade chegou a ser retransmissora da Rede TV!. Atualmente ela produz programação apenas local e mudou o nome para +TVC e é transmitida pela SIM TV e pela NET Aracaju.

Em maio de 2001 surge a TV Caju, outro canal da TV segmentada, pertencente ao ex-prefeito de Aracaju Heráclito Rollemberg (CORREIA, 2006) e associada com a WG Produções, outra das principais produtoras de Sergipe. A TV Caju fazia parte da Lig TV, operadora que operou em MMDS. A TV Caju encerrou suas atividades em 2013, definitivamente. Em 2001 também funcionou, pela Lig TV, a Atalaia News, no canal 48. A emissora ficou no ar por menos de dois anos e logo encerrou as suas atividades.

Em 22 de julho de 2004⁷⁹, durante a presidência do deputado estadual Antônio Passos passar a existir a TV da Assembleia Legislativa de Sergipe (TV Alese). A emissora foi criada 9 anos depois de aprovada a Lei do Cabo Lei 8.977/95, que garantia o espaço das emissoras legislativas na oferta de canais da TV segmentada. Em 2007, durante a presidência de Ulices Andrade, ela recebe um aporte de investimento em estrutura e programação. Sua grade de programação passa a contar mais programas, além da exibição e reprise das sessões diárias. Atualmente a emissora é ofertada pela SIM TV e pela NET.

⁷⁹ Fonte: <http://www.tvalese.se.gov.br>

Existe um projeto de expansão do sinal digital para a TV aberta, mas ainda em fase de estudos.

3.1.1 – A política e a comunicação em Sergipe

Alguns governos estaduais brasileiros, seguiram as tendências administrativas desencadeadas pelo governo federal durante os anos. Em Sergipe, podemos observar isso se traçarmos um paralelo entre a política nacional e os desdobramentos da política em Sergipe, a começar pelo governo Vargas.

A seguir, montamos um quadro para representar esse alinhamento baseado nos acontecimentos políticos, dentro e fora do campo da comunicação, que ocorreram a partir do período do surgimento da radiodifusão brasileira, até o começo do século XXI.

Quadro 12 – Alinhamento Político entre os Governos Estadual e Federal

ANO	GOVERNADOR/INTERVENTOR	PRESIDENTE	ACONTECIMENTOS
1930	Eronildes de Carvalho/ José de Calazans/ Marcelino José Jorge/ José de Calazans/ Augusto Maynard Gomes (Todos interventores militares)	Getúlio Vargas	Revolução de 30
1939	Eronildes de Carvalho	Getúlio Vargas	Criação da Rádio Aperipê
1939	Eronildes de Carvalho	Getúlio Vargas	Criação do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), dirigido por Lourival Fontes. Lourival era jornalista e político e chegou a ser Senador por Sergipe.
1942	Augusto Maynard Gomes	Getúlio Vargas	A Rádio Aperipê muda de nome para Rádio Difusora e é transferida para o palácio Serigy.
1953	Arnaldo Rollemberg Garcez	Getúlio Vargas	Criação da Liberdade AM
1958	Leandro Maynard Maciel	Juscelino Kubitschek	Criação da Rádio Jornal
1959	Luís Garcia/ UND	Juscelino Kubitschek	Criação da Rádio Atalaia
1972	Paulo Barreto de Menezes	Emílio Garrastazu Médici	Criação da FUNDAP
1975	José Rollemberg Leite	Ernesto Geisel	Criação da TV 31 de Março (TV Atalaia)

1976	José Rollemberg Leite	Ernesto Geisel	Criação da TV Sergipe
1985	João Alves Filho	José Sarney	Criação da TV Aperipê
1985	João Alves Filho	José Sarney	Outorga da Aperipê FM
1987	Antônio Carlos Valadares	José Sarney	Criação da TV Jornal
1995	Albano Franco	Fernando Henrique Cardoso	Criação da Aperipê FM
1997	Albano Franco	Fernando Henrique Cardoso	Privatização da Energipe
2008	Marcelo Déda	Luiz Inácio Lula da Silva	Filiação da Aperipê a TV Brasil
2009	Marcelo Déda	Luiz Inácio Lula da Silva	Realização da Conferência Estadual de Comunicação, como etapa da I Conferência Nacional de Comunicação

Nacionalmente o ex-Senador sergipano Lourival Fontes foi ministro de propaganda do Governo Vargas (entre 1934 e 1942). Nesse período nasce a Rádio Aperipê (1939). No mesmo ano, o Interventor Federal Eronildes de Carvalho anuncia a criação do Departamento de Propaganda e Divulgação Estadual (DPDE). De acordo com Maynard (2007), o Interventor recebeu uma mensagem do próprio Getúlio:

O telegrama chegou à sede do governo em meio a outros comunicados corriqueiros. Contudo, logo chamou a atenção e rapidamente estava nas mãos do Interventor. Ali, naquele pedaço de papel, havia motivos para olhares satisfeitos e cumprimentos mútuos. Afinal de contas, um projeto trabalhoso era, enfim, reconhecido pelo homem que inspirara tudo aquilo. Era fevereiro de 1939 e, depois de anunciada a criação do Departamento de Propaganda e Divulgação Estadual (DPDE) em Sergipe, Getúlio Vargas, chefe do Estado Novo, manifestou-se oficialmente: “tenho satisfação acusar recebimento comunicação seu telegrama propósito notável empreendimento seu governo. Cordiais saudações”. A imprensa local, já policiada naqueles tempos, aplaudiu e alardeou as palavras do ditador, reproduzindo o comunicado. Evidentemente, a censura e o policiamento cultural não se iniciaram com o DPDE. No entanto, o novo órgão conferiu maior sistematicidade ao controle cultural. Trata-se de um movimento gradativo de centralização. Algo que a carta constitucional de 1937 já sugeria⁸⁰. (MAYNARD, 2007, p. 1)

⁸⁰ O telegrama é datado de 4 mar. 1939. Cf. “‘NOTÁVEL empreendimento’ é o que considera o Departamento de Propaganda de Sergipe o Presidente Getúlio Vargas”. O Nordeste, Aracaju, 7 mar. 1939, p. 1; GOULART, Silvana. Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo. São Paulo: Marco Zero; CNPq, 1990.

Tal telegrama já demonstra o alinhamento do governo estadual com o governo federal. O “movimento gradativo de centralização” o qual aponta Maynard nesta citação é observado por Lopes (2010). Para a autora:

O Estado Novo, com Getúlio Vargas, tinha a proposta de acabar com as oligarquias agrárias regionais, fortalecer o governo central e modernizar o país com a urbanização e a industrialização. Nesse contexto, o rádio foi um meio importante e muito usado para legitimar a administração populista. No período foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão responsável por traçar as diretrizes para a imprensa e uma das primeiras unidades do Estado voltadas para a comunicação, responsável pela censura e distribuição de verbas publicitárias. (LOPES, 2010, p. 22)

Essa sinergia entre os governo estadual e federal nas estratégias de uso político do rádio pode ser encontrada na própria elaboração de programas de rádio da época, como aponta Maynard (2007):

A elaboração de programas radiofônicos, ainda que num modelo extremamente precário, foi uma das estratégias da gestão Eronildes de Carvalho na tentativa de mitificá-lo junto à sociedade. Ele e, obviamente, Getúlio Vargas. A estratégia utilizada junto a Eronildes pode ser vista como uma apropriação, em escala molecular, do mito Vargas. (MAYNARD, 2007, p. 7)

Se Vargas quis acabar com as oligarquias agrárias regionais como apontou Lopes (2010), para a autora o que se viu durante o Golpe Militar de 1964 foi o inverso disso. Os militares procuram criar uma “comunidade política imaginada” a mesma língua, a mesma religião e, por fim, a mesma cultura. Tudo isso mediante o apoio e o fortalecimento das oligarquias regionais, forjando uma sensação de unidade, mesmo que ela não existisse. Para tanto fizeram a distribuição de concessões para famílias de políticos, como foi o caso da TV Atalaia, primeiramente chamada de TV 31 de Março em alusão ao golpe de estado. Como veremos mais adiante em nossa pesquisa.

No final do regime, dois meses antes do início do governo Sarney, Sergipe ganha outra emissora de TV, dessa vez uma emissora pública, a TV Aperipê, em 31 de 1985, durante o governo de João Alves Filho. No final do seu governo, João Alves foi nomeado Ministro de Estado do Interior pelo Presidente José Sarney em 1987. Foi nesse ano que

João Alves conseguiu a concessão para abrir a TV Jornal. Sobre isso aponta Correia (2006):

A antiga TV Jornal merece um capítulo à parte na história da televisão sergipana. Ela foi resultado das prolongadas divergências políticas entre o então governador João Alves Filho (durante seu segundo mandato como governador) e a família Franco, proprietária da TV Sergipe (Rede Globo). No primeiro mandato, motivado pelas mesmas razões, João Alves criou a TV Aperipê, pública, estatal, que ao lado das rádios AM e FM constituem o Sistema Aperipê. Em 1987 ele conseguiu a concessão de um canal, privado, junto à extinta TV Manchete e integrou a TV Jornal às emissoras Rádio Jornal AM e FM, ambas detentoras de grande audiência em todo o Estado. Nos momentos em que se encontrava fora do governo, João Alves contava com a TV Jornal para dar-lhe a sustentação política. (CORREIA, 2006, p. 14)

Para Correia as razões que explicam a entrada da TV Jornal no mercado de TV Sergipano são “de natureza estritamente política”, em um dos raros momentos em que João Alves não esteve ocupando cargos políticos no governo de Sergipe ou na prefeitura de Aracaju (entre 1976 e 2014). Entretanto como lembramos acima ele estava sendo Ministro de Estado, pertencendo ao Partido da Frente Liberal (PFL), o mesmo partido do então Ministro das Telecomunicações Antônio Carlos Magalhães (ACM), conforme aponta Jambeiro:

Durante o governo do presidente Sarney as concessões foram ostensivamente utilizadas como moeda política, dando origem a um dos episódios mais antidemocráticos do processo constituinte. Em troca de votos favoráveis ao mandato de cinco anos para presidente foram negociadas 418 novas concessões de rádio e televisão. Com isso, cerca de 40% de todas as concessões feitas até o final de 1993 estavam nas mãos de prefeitos, governadores e ex-parlamentares ou seus parentes e sócios. No total, o presidente Sarney autorizou, entre 1985 e 1990, 1028 concessões de rádio e TV – o que representa 30% de todas as concessões feitas no país desde 1922 (JAMBEIRO, 2000, p.82)

Com a chegada de Albano Franco (PSDB) ao governo do Estado, em 1995, Sergipe passa por uma série de reformas administrativas para a diminuição do tamanho da máquina pública. Entre outras ações ocorreu a privatização da Empresa Energética de Sergipe S/A (ENERGIPE). Essas eram as mesmas diretrizes que seguia o Governo Fernando Henrique Cardoso, nacionalmente. O governo federal, da época, inclusive privatizou a Telebrás e com ela a Telecomunicações De Sergipe S/A (Telergipe).

Apesar dos recursos obtidos com as privatização da ENERGIPE os anos do governo Albano Franco foi marcado por crises financeiras e administrativas para a

Aperipê, que chegou a ser um órgão menor, vinculado à Secretaria de Cultura, depois ao Instituto de Arte e Educação (INDAE), depois à Secretaria de Comunicação, retornando como fundação pública apenas no apagar das luzes do Governo Albano. Tudo isso contribuiu e contribui para a manutenção do quadro da mídia sergipana como estava.

Essa mesma realidade foi enfrentada por outras emissoras do campo público da época. Sobre uma ação parecida ocorrida na TV Cultura de São Paulo, estado governado pelo PSDB, diz Leal Filho⁸¹:

A TV Cultura ao invés de ampliar os olhares jornalísticos com programas próprios, apresentando ao telespectador perspectivas independentes do mercado, faz o contrário, reduzindo cada vez mais o número de visões oferecidas ao público (LEAL FILHO, 2012).

Continua o autor:

Mas não se trata de um fato isolado. Faz parte de uma ação mais geral adotada em todo o Brasil pelos governos do PSDB, calcada na política do “Estado mínimo”, onde rádio e televisão pública não têm vez (Ibidem).

Para Correia (2006, p. 14): “Durante décadas o poder em Sergipe foi ocupado por um revezamento entre grupos dominantes, divergentes internamente, fazendo com que o estado ficasse alijado de uma experiência de poder oposicionista.”. Para o autor essa quebra só ocorreu com a chegada de Marcelo Déda ao posto de governador do estado, a partir de 2007.

Nos dois mandatos de Marcelo Déda (PT), é possível encontrar uma sinergia em relação aos governos de Luiz Inácio Lula da Silva e da Presidenta Dilma Rousseff (ambos do PT). Foi durante o primeiro mandato de Déda (PT) que a Aperipê assinou o contrato de filiação com a EBC (TV Brasil). A Aperipê foi a primeira TV do campo público a assinar esse tipo de contrato com a TV Brasil, durante a gestão de Indira Amaral, como Superintendente da FUNDAP. Também foi durante o governo Déda que Sergipe realizou, em conformidade com o governo federal, a I Conferência Estadual de Comunicação. Mandando representantes governamentais e da sociedade civil para Brasília, para participar da Conferência Nacional de Comunicação.

⁸¹ Disponível em: <http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/70/lalo-leal>

O Quadro 13 apresenta a distribuição dos meios de comunicação em Sergipe, apontando as relações entre os grupos políticos (ou famílias) locais e nacionais, através do cruzamento de dados dos políticos sergipanos que possuem concessão de veículos de comunicação. Os dados foram montados de maneira simples, a partir das declarações de bens realizadas para o Supremo Tribunal Eleitoral, quando das eleições, relacionados com os arquivos disponíveis no site do Ministério das Comunicações.

Quadro 13 – Quadro atual da distribuição dos meios de comunicação entre os grupos sergipanos

GRUPO OU FAMÍLIA	EMPRESAS				PARTIDOS	LIGAÇÕES COM A MÍDIA NACIONAL	QUADROS POLÍTICOS	LIGAÇÕES PRIVADAS ⁸²
	TV	RÁDIO	INTERNET	IMPRESSO				
FRANCO	TV Sergipe TV Atalaia	FM Sergipe Atalaia AM Atalaia FM	G1 Sergipe e A8	Jornal da Cidade	PSDB PTB	Rede Globo Rede Record	Albano Franco Augusto Franco Neto Ricardo Franco	Grupo Sabe (laticínio), Guarara Empreendimentos e Investimen S1 Empreendimentos Imobiliár Ltda.
AMORIM	-	Ilha Comunicação Ltda., Rádio FM Propriá Ltda., FM DE ESTÂNCIA LTDA e Imperatriz Comunicação Ltda.	-	-	PSC, PP, PDT, PTB, PTdoB, PR, PEN, PTN, PTC, PSL, SDD, PPL, PRB, PP.		Eduardo Amorim, Zeca da Silva, Laurinho da Bonfim.	Amorim Brasil Transportes Ltda., Amorim Transportes Ltda. e Madeireira do Brasil ind. e com. Ltda.
LOMES⁸³	-	Aracaju Jovem Pan	-	-		Jovem Pan	-	-
ALVES/ MACHADO	-	Jornal AM FM Itabaiana	-	Jornal Correio de Sergipe	DEM PP PSDB		João Alves Filho, Venâncio Fonseca, José Carlos Machado	Construtora Habitacional Aribé Motos Incorporadora Serrana.
MONTEIRO	TV Cidade	-	-	-	PP	Ex-Bandeirantes e Ex- Rede TV!	Adierson Monteiro	Viação Tropical, SERGIMAQ, Auto Viação Paraíso, Vera Cruz Administração e Gestão S/A, Colégio Cidade e AM3 Empreendimentos LTDA
CANÇÃO NOVA	TV Canção Nova Sergipe ⁸⁴	-	-	-	-	Rede Canção Nova	-	Igreja Católica.
ELENILTON PEREIRA/ GILVAN MANOEL	-	-	-	Jornal do Dia	-	-	-	-

⁸² Itens recolhidos a partir das declarações de renda, ao TSE, que cada candidato realizou. Fonte: www.tse.gov.br

⁸³ Além da Aracaju Jovem Pan, o Grupo Lomes também é proprietário de mais 12 emissoras de rádio na Bahia: Digital FM 96.3Mhz, no município de Alagoinhas; Transamérica AM 1050Khz, no município de Camaçari; Progresso AM 1530Khz, no município de Capim Grosso; Transamérica FM 90.9Mhz, no município de Capim Grosso; Transamérica FM 93.7Mhz, no município de Cruz das Almas; Planalto AM 660Khz e a Transamérica FM 95.7Mhz, no município de Euclides da Cunha; Jovem Pan FM 100.9Mhz e a Transamérica FM 99.5Mhz, no município de Feira de Santana; Pataxós FM 90.3Mhz, no município de Itabaiana; Morena FM 97.9Mhz, no município de Serrinha; Regional AM 790Khz, Serrinha.

⁸⁴ Antiga TV Jornal, afiliada à TV Bandeirantes. Em 7 de agosto 1997, é anunciada sua venda para a Rede Canção Nova, negociação que custaria à Diocese Sergipana 24 parcelas de 500 mil reais. A emissora conta com seis geradoras instaladas em Cachoeira Paulista (SP), canal 35 UHF; Brasília (DF), canal 43 UHF; Aracaju (SE), canal 13 VHF; Belo Horizonte (MG) VHF, Canal 45; Curitiba (PR), canal 51 UHF; e Florianópolis (SC), canal 23 UHF.

Do quadro podemos entender as famílias de um grande número de políticos sergipanos são proprietárias veículos de comunicação. Em muitos casos essas famílias estão ligadas a outras empresas que também prestam serviços ao estado. No campo da comunicação quando estes grupos estão associados, como no caso das eleições, é criada praticamente uma unidade de discurso que pode ferir a democracia.

3.2 - A Aperipê

Este item tem por objetivo apresentar alguns elementos históricos para que possamos refletir sobre a parte que cabe à Aperipê dentro da comunicação, em Sergipe. Devemos lembrar que a primeira emissora sergipana foi a rádio que conhecemos hoje como Rádio Aperipê AM e que a partir dela surgiram diversos nomes que estão presentes na história do veículo e da comunicação em Sergipe.

Discutiremos aqui a continuidade e a descontinuidade das gestões, bem como, alterações de vínculos institucionais para que possamos fazer uma ponderação sobre o que é esta fundação pública e até onde existe a participação popular nela. Iremos analisar em que contexto ela cumpre seu papel enquanto difusora da cultura sergipana.

Seguiremos a partir deste item o mesmo roteiro de temas que seguimos nas abordagens anteriores, nesta pesquisa: gestão, estrutura e participação popular.

3.2.1 - Histórico

Em Sergipe, como já lembramos, a radiodifusão nasce com a Aperipê AM, em 1938, integrando-se à Fundação Aperipê de Sergipe (FUNDAP) no ato de sua criação, através da Lei nº 1.759, de 11 de dezembro de 1972⁸⁵. A Fundação, depois de passar por muitas mudanças administrativas, que lhe vincularam, durante os anos, às diversas Secretarias de Estado, tais como a Secretaria de Governo, de Cultura, e, até 2014, à Secretaria Estadual de Educação, tendo a secretária da pasta como presidenta do seu Conselho Deliberativo. Essas alterações de vínculo, durante os anos, foram mudando a configuração administrativa e as funções, dentro do Governo, das emissoras da Fundação Aperipê.

⁸⁵ Esta lei encontra-se entre os anexos desta pesquisa, como Documento 1.

Em 31 Janeiro de 1985, a Fundação Aperipê passa a contar com a TV Aperipê e, durante o Governo de João Alves Filho. Naquele mesmo ano, durante a gestão de Juarez Conrado, vai ao ar a primeira minissérie produzida em Sergipe, “A Última Semana de Lampião”, que depois viraria um longa-metragem. A direção foi de Ilma Fontes, então Diretora da TV. Na produção participaram diversos funcionários da emissora.

Dez anos mais tarde, em 8 dezembro de 1995, e depois de muitas idas e vindas entre diversas Secretarias de Estado, é criada, durante o Governo Albano Franco, a Rádio APERIPÊ FM 104,9. A FUNDAP, até o ano de 2014, é regida pela Lei 5.696, de 16 de julho de 2005 e a sua missão expressa em seu portal é:

Oferecer ao cidadão, por meio de uma comunicação inovadora, interativa, democrática e transparente, conteúdos educativos, culturais e jornalísticos de excelência, capazes de estimular a reflexão crítica, produzida com a participação da sociedade (APERIPÊ, 2014).

Ao longo do tempo a missão da FUNDAP mudou de acordo com a secretaria à qual era vinculada. Isso implicava em questões como autonomia e financiamento. Geralmente a Aperipê esteve ligada às Secretarias de Estado da Educação ou da Cultura, algumas vezes esteve ligada às duas, pois as secretarias formavam uma só. Em todo caso, muitas vezes esteve ligada ao secretariado de comunicação ou a própria secretaria de governo, servindo como aparelho de estado.

O quadro que montamos a seguir, apresenta as alterações das leis que regem ou regiram a Fundação Aperipê, desde a sua criação pela LEI Nº 1.759 De 11 de dezembro 1972. Essas lei alteraram o estatuto e a ligação institucional da Aperipê e por isso essas alterações foram acontecimentos políticos que influenciaram na vida da fundação.

Quadro 14 – Cronologia das Leis que alteram os Estatutos e a Ligação Institucional da Fundação Aperipê

ANO	GOVERNADOR	VÍNCULO INSTITUCIONAL (SECRETARIA)	LEI
1972	Paulo Barreto de Menezes	Secretaria De Educação e Cultura	LEI Nº 1.759 De 11 de dezembro 1972
1974	Paulo Barreto de Menezes	Secretaria Geral do Governo.	LEI Nº 1917 DE 18 DE DEZEMBRO DE 1974.

1976	José Rollemberg Leite	Secretária de Educação e Cultura	LEI Nº 2069 DE 28 DE DEZEMBRO DE 1976
1979	José Rollemberg Leite	Secretaria de Estado de Governo	LEI Nº 2.203 DE 14 DE MARÇO DE 1979
1983	João Alves Filho	Gabinete Civil	LEI Nº 2.410 DE 14 DE MARÇO DE 1983
1983	João Alves Filho	Secretaria de Estado da Educação e Cultura	LEI Nº 2.429 DE 1º DE JULHO DE 1983
1984	João Alves Filho	Fundação Estadual de Cultura - FUNDESC	Lei nº 2.517 05 de dezembro de 1984
1987	João Alves Filho	Secretaria de Estado da Educação	LEI Nº 2.608 DE 27 DE FEVEREIRO DE 1987
1991	JOÃO ALVES FILHO	Secretaria de estado da Educação e Cultura	LEI 2.960 De 09 de abril de 1991
1993	João Alves Filho	Secretaria de Estado da Educação	LEI Nº 3310 DE 23 DE MARÇO DE 1993
1993	João Alves Filho	Secretaria de Estado da Educação (Administração Indireta)	LEI Nº 3373 DE 31 DE AGOSTO DE 1993
1995	Albano do Prado Pimentel Franco	Secretaria de Estado da Cultura	LEI Nº 3591 DE 09 DE JANEIRO DE 1995
1995	Albano do Prado Pimentel Franco	Secretaria de Estado da Cultura	Lei Nº 3597 DE 13 DE MARÇO DE 1995
1995	Albano do Prado Pimentel Franco	Secretaria de Estado da Cultura (Instituto de Arte-Educação – INDAE)	LEI Nº 3631 DE 05 DE JULHO DE 1995
2000	Albano do Prado Pimentel Franco	Secretaria de Estado da Comunicação Social (Sistema de	LEI Nº 4.301 DE 16 DE NOVEMBRO DE 2000

		Rádio-Tele-Difusão-Educativa – SUPERSTED ⁸⁶⁾	
2002	Albano do Prado Pimentel Franco	Estado da Educação e do Desporto e Lazer - SEED	LEI Nº 4.746 DE 27 DE DEZEMBRO DE 2002 ⁸⁷⁾
2003	João Alves Filho	Secretaria de Estado da Educação	LEI Nº 4.749 17 de Janeiro de 2003
2005	João Alves Filho	Secretaria de Estado da Educação	LEI Nº 5.696 DE 15 DE JULHO DE 2005
2014	Jackson Barreto de Lima	Secretária de Estado de Cultura	LEI Nº 173/2014 DE 22/12/2014 ⁸⁸⁾

De acordo com Correia (2007, p. 105): “Aperipê, emissora pública pertencente ao governo do Estado, praticamente atravessou toda sua existência mergulhada em crises (falta de equipamentos, pessoal, recursos, grade de programação etc.).” Uma das crises da FUNDAP aconteceu durante o Governo Albano Franco (1994-2002). Durante esse período a Aperipê passou a ser vinculada à Secretaria de Estado da Cultura, depois ela deixa de ser um fundação e passa a ser um órgão dentro da própria SECULT e finalmente passa a ser vinculada à Secretaria de Estado da Comunicação, fazendo parte do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa – SUPERSTED.

Em 5 de julho de 1995 o governador Albano Franco extinguiu a FUNDAP, por meio da Lei estadual 3.631, passando todos os seus serviços para a Secretaria de Estado da Cultura, foram extintos inclusive os cargos de Superintendente, Superintendente-adjunto e Diretor Financeiro. As emissoras passam a integrar a estrutura do Instituto de Arte-Educação (INDAE), assim subordinados ao Diretor Geral do Instituto de Arte-Educação e por consequência ao Diretor da Coordenadoria de Rádio-Tele-Difusão-Educativa.

Nessa época que Aracaju e Sergipe ganharam um canal de notícias, 24h, pela TV a cabo, a Atalaia News. O canal por pouco não pertenceu ao empresário Walter Franco, irmão do governador Albano e dono da TV Atalaia. Durante esse governo, o Secretário

⁸⁶⁾ Do ponto de vista jurídico a FUNDAP torna-se parte de uma Superintendência.

⁸⁷⁾ Reintitui a Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, por transformação da Superintendência do Sistema de Rádio-TeleDifusão-Educativa – SUPERSTED. Ficando vinculada à Secretaria de Estado da Educação e do Desporto e Lazer – SEED.

⁸⁸⁾ Fonte: <http://goo.gl/Molmqf> (Agência de Notícias da Assembleia Legislativa de Sergipe)

de Estado da Comunicação, André Barros, foi o consultor que auxiliou, gratuitamente, na montagem do canal.

Ao mesmo tempo em que se investiu no canal privado, diminui-se o montante de investimento na FUNDAP. De acordo com Correia:

Jornais locais que divergiam publicamente do ex-secretário de Comunicação do governo transformaram o caso Atalaia News num rumoroso escândalo, supostamente pelo alto volume de recursos públicos investidos pela Secretaria de Comunicação no canal 48. O caso prosseguiu nos fóruns da justiça, mas não teve continuidade. Barros atribui o fechamento do canal a questões de ordem política (CORREIA, 2007, p. 105).

Mais adiante, Correia (2007, p.106), afirma que: “somente no final do Governo João Alves (2003-2006) a emissora foi reequipada com câmeras e ilhas de edição digitais, embora em relação à programação o descaso permanecesse.”

O Governo Déda (2007-2013) foi responsável por uma série de investimentos na Fundação, modernizando os seus equipamentos de produção e transmissão. Nessa época a Aperipê passou a ter destaque nacional, no campo público, por diversas vezes ao realizar proezas históricas, com os quarenta e dois pontos de audiência durante a final do Campeonato Sergipano de 2009 ou mesmo a realização de grandes coberturas dos Festejos Juninos – levando inclusive esses mesmos festejos para a rede nacional, a partir de uma transmissão, ancorada em Sergipe, pela TV Brasil.

A Aperipê AM e FM receberam investimentos em equipamento para digitalizar a produção e modernizar a transmissão, com novos microfones e novas mesas de som, por exemplo

Mas, apesar dos importantes avanços e em termos de conteúdo, a FUNDAP não conseguiu garantir os avanços em termos de gestão e, principalmente, da participação popular e do controle dos destinos da Fundação pelo povo. De acordo com Correia (2014) com a morte de Déda, a Aperipê parece ter perdido um pouco de sua importância para as políticas de comunicação do governo sergipano e dos investimentos. Em 20 de maio de 2014, a Aperipê realizou o lançamento do seu sinal digital. Na época do lançamento do sinal digital da Aperipê o presidente da Empresa Brasil de Comunicação a época, Nelson Breve, fez o seguinte discurso:

“O governador Marcelo Déda foi o primeiro a perceber a importância da Comunicação Pública para que a nossa Constituição fosse atendida naquilo que são direitos da população, para que o cidadão possa ter acesso

a informações e conhecimentos que possam enriquecer seu espírito e ajudar a formar a sua cidadania. Déda foi o primeiro a assinar o Acordo de Rede, quando na criação da EBC, para formar a Rede Nacional de Comunicação Pública como previsto em Lei, portanto, a TV Aperipê foi a primeira emissora de televisão que ingressou na Rede da Comunicação Pública, transmitindo a TV Brasil e os conteúdos da comunicação pública. E agora a importante visão de Jackson Barreto de patrocinar o ingresso da Comunicação Pública de Sergipe no mundo digital, e isso é muito importante para a Comunicação Pública e para a população no sentido de fazer com que o cidadão possa exercer melhor sua cidadania” (ASN⁸⁹)

No quadro a seguir apresentamos a cronologia das mudanças de gestão pelas quais a FUNDAP passou desde o seu surgimento, em 1972:

Quadro 15 – Cronologia das Presidências da FUNDAP

PERÍODO	DIRIGENTE	GOVERNADOR	FUNÇÃO
2015	MESSIAS CARVALHO	JACKSON BARRETO	DIRETOR-PRESIDENTE
2011-2015	LUCIANO CORREIA	JACKSON BARRETO/MARCELO DÉDA	DIRETOR-PRESIDENTE
2011	JEFFERSON BOSCO BATISTA DE ANDRADE (MAIO A JULHO)	MARCELO DÉDA	DIRETOR-PRESIDENTE (INTERINO)
2007-2011	INDIRA AMARAL	MARCELO DÉDA	DIRETORA-PRESIDENTE
2006-2007	MARLENE ALVES CALUMBY ⁹⁰ (19/05/2005)	JOÃO ALVES FILHO	DIRETORA-PRESIDENTE
2006	ANDERSON SOUZA ⁹¹	JOÃO ALVES FILHO	DIRETOR-PRESIDENTE (INTERINO)
2006	CARLOS BATALHA ⁹² (08/04/2005)	JOÃO ALVES FILHO	DIRETOR-PRESIDENTE

⁸⁹ Disponível em: www.agencia.se.gov.br/noticias/leitura/materia:38373/jackson_participa_de_lancamento_do_sinal_digital_da_tv_aperipe.html

⁹⁰ Fonte: http://www.nenoticias.com.br/70504_marlene-calumby-assume-comando-da-aperipe.html

⁹¹ Informação obtida por meio de entrevista com Mário Sérgio Félix (ex-diretor da Aperipê AM).

⁹² Fonte: <http://www.infonet.com.br/cidade/ler.asp?id=34015&titulo=cidade>

2003-2006	CÉSAR GOMES GAMA ⁹³	JOÃO ALVES FILHO	DIRETOR- PRESIDENTE ⁹⁴
2000-2002	CARLOS FRANÇA	ALBANO FRANCO	SUPERINTENDENTE 95
1995-1998	AGLAÊ D'AVILA FONTES DE ALENCAR ⁹⁶	ALBANO FRANCO	INTERVENTORA ⁹⁷
1991-1995	MARLENE ALVES CALUMBY	JOÃO ALVES FILHO	SUPERINTENDENTE
1987-1991	ANGÉLICA CAMPOS ROLLEMBERG	ANTÔNIO CARLOS VALADARES	SUPERINTENDENTE
1986-1987	THEOTÔNIO NETO	JOÃO ALVES FILHO	SUPERINTENDENTE
1985-1986	JUAREZ CONRADO DANTAS	JOÃO ALVES FILHO	SUPERINTENDENTE
1984-1985	RAYMUNDO LUIZ DA SILVA ⁹⁸	JOÃO ALVES FILHO	SUPERINTENDENTE -GERAL
1983-1985	FERNANDO SOUZA ⁹⁹	JOÃO ALVES FILHO	SUPERINTENDENTE
1982-1983	Não informado	DJENAL TAVARES QUEIROZ	DIRETOR- PRESIDENTE
1979-1982	Não informado	AUGUSTO DO PRADO FRANCO	DIRETOR- PRESIDENTE
1975-1979	BEL. FRANCISCO MELO NOVAIS ¹⁰⁰	JOSÉ ROLLEMBERG LEITE	DIRETOR- PRESIDENTE
1971-1975	Não informado	PAULO BARRETO DE MENEZES	DIRETOR- PRESIDENTE

No quadro podemos observar que durante os governos João Alves existiu muita alteração entre os nomes dos gestores da FUNDAP. No primeiro Governo João Alves, na

⁹³ Fonte: <http://infonet.com.br/cidade/ler.asp?id=33996&titulo=cidade>

⁹⁴ Em 27 de Dezembro de 2002, no momento da transição entre os governos Albano Franco e João Alves Filho, a FUNDAP é recriada pela Lei estadual 4.746. Em 17 de Janeiro o então governador João Alves Filho sanciona a Lei estadual 4.749 que reorganiza a administração estadual, bem como reestrutura os cargos da FUNDAP. Fonte: http://al.se.gov.br/Detalhe_Lei_Imprimir.asp?Numerolei=1607

⁹⁵ Matéria de 2002, do jornalista Osmário Santos, fala sobre o retorno da Aperipê a condição de Fundação Pública a ser realizada ainda no governo Albano Franco. Fonte: <http://www.osmario.com.br/ler.asp?id=3396>

⁹⁶ Fonte: <http://www.jusbrasil.com.br/diarios/1209448/pg-25-secao-3-diario-oficial-da-uniao-dou-de-08-06-1995/pdfView>

⁹⁷ Lei estadual Lei estadual 3.631 que extingue a FUNDAP.

⁹⁸ Fonte: <http://www.jusbrasil.com.br/diarios/3503242/pg-54-secao-1-diario-oficial-da-uniao-dou-de-26-09-1984>

⁹⁹ Informação obtida por meio de entrevista com Mário Sérgio Félix (ex-diretor da Aperipê AM).

¹⁰⁰ Fonte: http://idld.com.br/admin/arquivos/Documentos_completo_070505.pdf

década de 1980, a Aperipê teve quatro presidentes diferentes. Já em seu segundo mandato, na década de 1990, foi apenas a sua irmã, Marlene Alves Calumby. Já no seu último mandato, na década de 2000, foram novamente 4 dirigentes: César gomes gama Carlos batalha, Anderson Souza e, novamente a sua irmã, Marlene Alves Calumby.

No caso do Governo Albano Franco, assim como o de Marcelo Déda, tivemos a média de um gestor por mandato. Na transição entre o Governo Déda e Jackson Barreto tivemos a continuidade de Luciano Correia. A continuidade nas gestões aconteceram nos momentos de menor alteração de vínculos institucionais, pelos quais passou a FUNDAP, e que também foram as épocas de maior investimento financeiro, por parte do governo estadual.

3.2.2 - Estrutura

A partir de 2014, a Aperipê TV, que já transmitia seu conteúdo pela internet, passa a transmitir o seu sinal digital. De acordo com Luciano Correia (2014), diretor-presidente da FUNDAP na época, existia um plano para a expansão do sinal que permitiria o seu alcance em todas as cidades de Sergipe. Entretanto por causa da crise financeira pela qual passava as finanças estaduais, dificilmente isso ocorreria nos próximos anos. Apesar do investimento “ser uma gota d’água, mesmo para o Estado tão pequeno quanto Sergipe” (CORREIA, 2014).

De acordo com Correia o investimento necessário para o sinal digital chegar até Itabaiana (uma das maiores e economicamente mais importantes cidades de Sergipe) é cerca de R\$ 112.000,00 (cento e doze mil reais). O orçamento geral do Estado para o ano de 2014 foi de R\$ 8.300.000.000,00¹⁰¹ (oito bilhões e trezentos milhões de reais). O investimento seria de aproximadamente 0,0013% do orçamento do estado.

O sinal da Aperipê AM cobre todo o estado de Sergipe e uma boa parte dos estados vizinhos. O da Aperipê FM cobre Aracaju e a região metropolitana. Para Correia (2014), seria possível expandir o sinal da emissora para Sergipe inteiro, mas há falta de boa vontade por parte do Ministério da Comunicações (MiniCom). Correia afirma que já foi a pelo menos uma reunião com o ministro Paulo Bernardo, mas que não existe “vontade de resolver” dois problemas principais: 1) a mudança da frequência (104,9), que está na

¹⁰¹ Dados obtidos na matéria do Portal G1: <http://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2013/12/deputados-aprovam-orcamento-do-governo-de-sergipe-para-2014.html>

banda das rádios comunitárias; 2) a fiscalização das emissoras de rádio comunitária que invadem a frequência da Aperipê FM, apesar do próprio já ter realizado várias denúncias. (Correia, 2014)

Outra questão entre o MiniCom e a Aperipê, dessa vez a TV, é a outorga do sinal digital, que depende de uma autorização solicitada desde 2011 e que ainda não foi liberada. Correia afirma que recorreu à influência política do Deputado Federal Rogério Carvalho, do Partido dos Trabalhadores (PT), mas que mesmo assim o MiniCom não agilizou esse processo. “Nem quando o processo era alinhado: Presidente da república, do PT, e governador do estado, também do PT, nem assim o processo andou muito. Saiu apenas de uma mesa para a outra” (CORREIA, 2014).

Apesar de tudo isso o sinal da Aperipê hoje está na TV aberta (sinal digital) e nas operadoras de TV segmentada (sinal analógico), que atuam no estado de Sergipe: NET, Oi TV, SIM TV e SKY. O conteúdo produzido pelas emissoras também pode ser acessado diretamente no seu *site* ou nas plataformas virtuais.

3.2.3 - Gestão

A FUNDAP possui natureza jurídica de Fundação Pública de Direito Público. Em termos de gestores ela possui uma estrutura formada por um Conselho Deliberativo e uma Diretoria Executiva. Constituem a diretoria o Diretor-Presidente, um Diretor-Técnico Operacional e um Diretor de Captação de Recursos (todos nomeados pelo governador do estado). Os demais membros dirigentes são: a Chefia de Gabinete, a Diretoria Administrativa Financeira, a Procuradoria Jurídica, a Assessoria de Planejamento, a Gerência de Televisão, a Gerência de Jornalismo e a Gerência das Rádios AM e FM. Os membros dessa estrutura são nomeados pelo Diretor Presidente.

O Conselho Deliberativo é formado pelo Secretário de Educação (que é o presidente), pelo Secretário de Comunicação Social, pelo Diretor Presidente da FUNDAP, pelo Diretor Administrativo Financeiro, por um membro eleito entre os servidores e escolhido em lista tríplice pelo Governador do Estado e por mais três membros da sociedade civil (um deles atualmente o Secretário de Estado da Cultura), também todos nomeados, em comissão, pelo Governador. Estatutariamente, a Diretoria Executiva é subordinada às decisões do Conselho Deliberativo, mas na prática esse conselho só referenda o que foi decidido pelos diretores. (CORREIA, 2014).

Na Figura1, montamos um organograma para mostrar como funciona a gestão da Fundação Aperipê de Sergipe. De fato, o Conselho Deliberativo, como é previsto por lei, é quem comanda as ações da fundação. Porém, na prática, todos os seus membros são indicados pelo governador (exceto o caso do representante dos funcionários da FUNDAP).

Figura 1 – Composição do Conselho Deliberativo da Fundação Aperipê

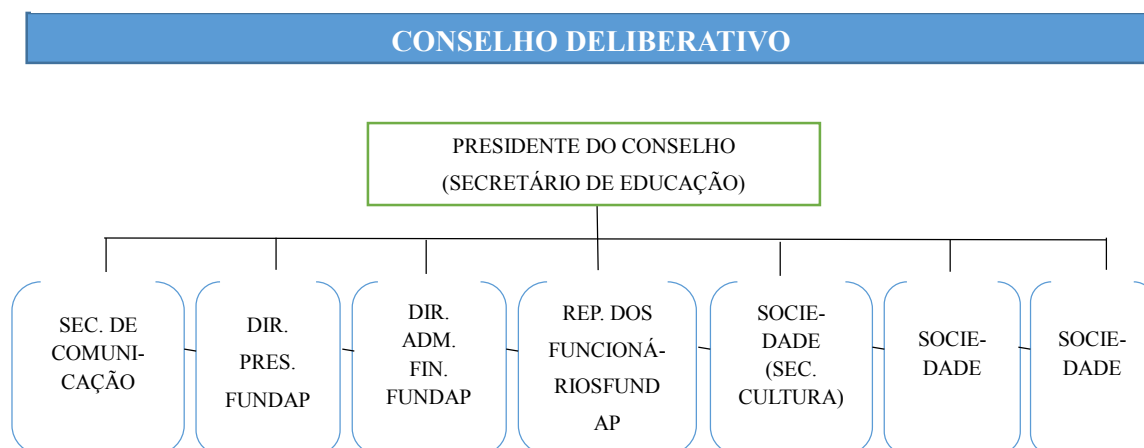
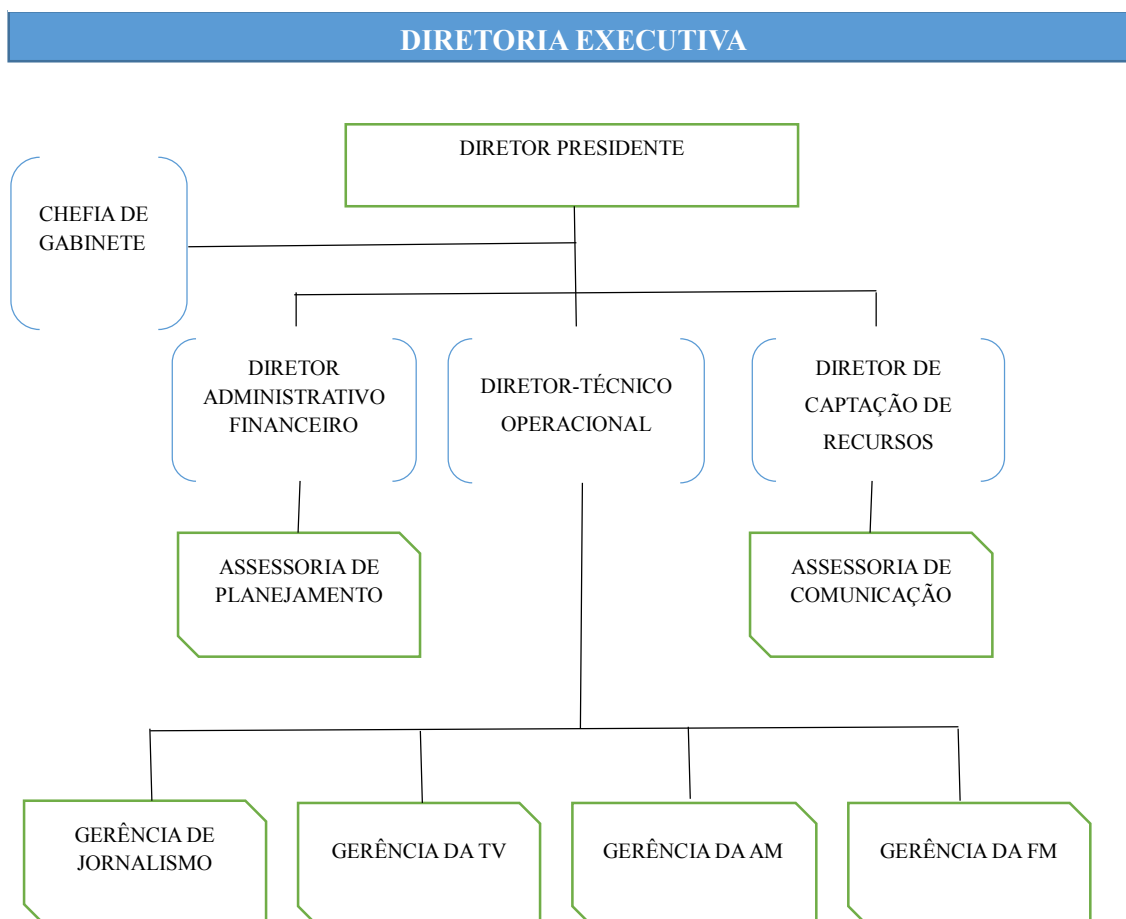


Figura 2 – Composição da Diretoria Executiva da Fundação Aperipê



Se compararmos o modelo de participação popular na administração da Fundação Aperipê com o de outros sistemas públicos pelo mundo, ou mesmo de outros órgãos públicos, podemos perceber que na experiência sergipana todos os membros do Conselho Deliberativo são indicados de forma direta ou indireta pelo governador.

Cabe a discussão entre democracia participativa e democracia representativa. Uma vez que o governador é eleito pelo povo ele representa o sufrágio, ou seja, a vontade e o apoio popular. No entanto, com o fisiologismo que tem se tornado a política, por conta do próprio processo eleitoral, a vontade do povo fica cada vez mais distante de ser alcançada. Para que chegássemos a um consenso sobre o modelo ideal de participação popular na gestão das emissoras do campo público.

Entretanto, deixamos esse caminho aberto para que uma nova pesquisa o possa tentar esgotar. Outros trabalhos da área discutiram muito bem a questão da representação do Estado em Gramsci e Poulantzas, como é o caso de Portelli (1999), na interpretação de Valente:

De acordo com Portelli (1999), o Estado em Gramsci é caracterizado por três elementos principais: (a) reúne a superestrutura do bloco histórico, tanto intelectual e moral quanto política; (b) se constitui em a partir de um equilíbrio interno entre esses dois elementos da superestrutura; (c) enfim, e sobretudo, a unidade do Estado decorre de sua gestão por um grupo social que assegura a homogeneidade do bloco histórico: os intelectuais (Op. cit. p. 40). (VALENTE, 2008, p. 3).

A democracia participativa, dos modelos de gestão com maior participação popular, é a forma de garantir a sobrevivência do paradigma do direito humano à comunicação. Ou seja, a comunicação vista como um direito fundamental que garante que as pessoas não apenas escutem, mas que também sejam ouvidas. Liberdade de expressão e de informação, para que dessa forma, possam influenciar nas decisões que moldam o seu mundo.

Se compararmos com o modelo britânico, ou o japonês ou qualquer outro modelo de comunicação pública pelo mundo, veremos que a participação popular, além de garantir a liberdade de informação e expressão, legitima as ações e decisões das emissoras do campo público perante a sociedade civil.

Vejamos o caso alemão. Tanto a *Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland* (ARD) quanto a *Zweites Deutsches Fernsehen* (ZDF) são comandados por um Diretor Geral, responsável pela linha editorial e a programação das emissoras (VALENTE, 2009). Entretanto o trabalho é observado pelo conselho de radiodifusão (*broadcasting council*) e pelo conselho administrativo (*administrative council*). Os conselhos das duas redes são formados com a ampla participação da sociedade.

A ARD possui um *Television Advisory Board*, uma espécie de conselho de programação de rede formado por representantes de todas as emissoras associadas. Além disso, as emissoras da ARD possuem um conselho de programação com participação da sociedade, para auxiliar na formação da grade de programação e nas diretrizes, como a linha editorial, que as emissoras devem seguir.

A ZDF possui um conselho formado por 77 membros, de amplos campos da sociedade. Fazem parte dele representantes de todos os estados, membros de partidos políticos, de entidades de classe, associações de membros das igrejas.

Olhando um pouco mais regionalmente, Para Pola Ribeiro (2015), ex-diretor Presidente do Instituto de Radiodifusão da Bahia (IRDEB): “uma das duas missões da TV Pública é tornar visível, o que antes era invisível”. Por essa perspectiva quanto maior é a representatividade da sociedade civil na gestão de uma emissora pública, maior será a possibilidade de que se descubra o que antes era impossível de ser visto.

Por outro lado, nem sempre a grande quantidade de membros garante a participação popular com propriedade. É o caso da Fundação Padre Anchieta de São Paulo. Seu conselho curador conta com 47 membros. Desses, três são vitalícios¹⁰², vinte são natos¹⁰³, vinte e três são eletivos¹⁰⁴, e um é representante dos empregados da Fundação. Em seu Artigo 8º, inciso III, o estatuto da Fundação afirma, em relação aos

¹⁰² Os três membros vitalícios são estatutariamente indicados por dona Renata Crespi da Silva Prado, por causa da doação do Solar Fábio Silva Prado, realizado em 1968.

¹⁰³ Dos 20 membros natos apenas cinco vêm de entidades de representação da sociedade civil: o Presidente do Conselho Estadual de Educação, o Presidente do Conselho Estadual de Cultura, o Presidente da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, o Presidente da União Brasileira de Escritores, o Presidente da União Estadual dos Estudantes. Dois são diretamente ligados ao mercado: o Presidente da Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior ou representante especialmente credenciado e o Coordenador Geral do Pensamento Nacional das Bases Empresariais ou representante especialmente credenciado. Os outros treze são ligados ao governo ou à política. É o caso de alguns secretários de estado ou membros do legislativo.

¹⁰⁴ Os demais 23 membros eletivos, são eleitos entre os 23 (vitalícios e natos). Ou seja, há uma grande possibilidade de fisiologismo e de pouca participação popular.

membros, que “serão eleitos pela maioria absoluta do Conselho Curador dentre personalidades de ilibada reputação e notória dedicação à educação, à cultura ou a outros interesses comunitários”.

Tal composição do conselho, como é posta pelo estatuto, tem pouca participação da sociedade e muita participação de políticos ou membros do poder econômico, e acaba por reproduzir um elitismo prosaico. Assim como no caso da FUNDAP, o governador do estado possui a maioria das indicações e acaba por ter o poder de nomear o presidente do conselho e por consequência o presidente da Fundação.

Se compararmos os modelos de conselhos que utilizamos como exemplo, podemos entender que mais do que o tamanho dos conselhos o mais importante é garantir a participação da sociedade. O modelo Alemão contempla a participação da população por meio de uma série de entidades de representação popular. O Conselho da TV Cultura, apesar de ser numeroso, contempla mais as indicações políticas do que as de representação popular. Já o da Aperipê é praticamente composto por indicações ou escolhas (no caso da listra tríplice dos eleitos pelos funcionários) políticas.

A questão da participação popular talvez seja a melhor perspectiva para a FUNDAP e talvez, também, a questão mais distante de ser resolvida. Em 2011 foi enviado um projeto¹⁰⁵ de reestruturação da fundação e das emissoras, construído a partir de consultas públicas e da participação de pessoas e entidades da sociedade civil. O projeto foi enviado para a Procuradoria Geral do Estado de Sergipe (PGE-SE), pelo conjunto de entidades da sociedade civil que fizeram parte da sua concepção, porém, até 2014 ele não havia sido votado na Assembleia Legislativa.

Quanto a composição do Conselho esse documento prevê:

DO CONSELHO CURADOR

“Art. 8. O Conselho Curador, órgão superior de natureza consultiva e deliberativa da Fundação Aperipê de Sergipe, será composto de 13 (treze) membros, escolhidos dentre brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 (dez) anos, de reputação ilibada e reconhecido espírito público, com a seguinte constituição:

I – Secretário do Estado da Educação;

II – Secretário do Estado da Comunicação;

III – Presidente da Fundação Aperipê de Sergipe;

¹⁰⁵ Documento enviado por Aldanny Guimarães Rezende, que era o responsável pela coordenação dos trabalhos de sistematização das propostas apresentadas nas reuniões da gestão da FUNDAP com representantes da sociedade civil.

IV – 03 (três) membros indicados pelos Sindicatos dos Jornalistas, dos Radialistas e dos Artistas, devendo cada entidade ser representada por 01 (um) membro;

V – 06 (seis) representantes da sociedade civil, segundo critérios estabelecidos no § 3º desta seção¹⁰⁶;

VI – 01 (um) membro representante dos empregados da Fundação Aperipê de Sergipe, escolhido em eleição direta do corpo dos funcionários efetivos, com regulamento eleitoral formulado e aprovado pelos servidores em Assembleia. (REZENDE, 2015, p. 5 e 6)

Ao contrário desta proposta, na composição atual, o governo detêm quase que a totalidade das indicações para a composição do Conselho a proposta deste documento se mostra mais aberta e participativa, uma vez que a maior parte dos membros seria formada por representantes da sociedade.

Para Correia (2014), o “esquecimento desse projeto” é reflexo da “falta de vontade política” do próprio governo e dos deputados. Por isso, ele propõe uma reformulação administrativa para a FUNDAP, forjada através das reuniões entre a Diretoria Executiva e o Conselho Deliberativo da Fundação. Tal reforma poderá ajustar a gestão, mas não garante a participação da sociedade civil. Sem a participação popular, não teremos a legitimação, pela população das emissoras da Aperipê como emissoras públicas e não estatais.

3.2.4 – Modelos de Financiamento

O modelo de financiamento, adotado por uma emissora pública, reflete diretamente na autonomia da gestão da concessionária. Se, por um lado, apostar na publicidade como fonte de renda e independência, em relação aos governos e à influência política, parece ser um caminho, por outro, depender desse tipo de patrocínio, coloca a emissora diretamente na disputa por audiência e na concorrência do mercado, o que pode influenciar na composição da sua grade de programação, afetando negativamente também a autonomia.

¹⁰⁶ § 3º Os conselheiros indicados nos incisos V serão escolhidos através de uma consulta pública realizada mediante Edital Público a ser construído com participação da sociedade civil, devendo ter ampla divulgação e transparência, obedecendo os seguintes parâmetros: I- Poderão participar entidades da sociedade civil, devidamente registradas e com atuação dentro do Estado de Sergipe; II - Cada entidade poderá indicar até 06 (seis) representantes; III – Uma relação com o nome representantes indicados por cada sociedade deverá ser publicada no Diário Oficial e em Jornal de grande circulação no Estado;

Se o caso for ser mantida diretamente pelo Estado, na figura de governos que mudam a cada quatro anos e que são vulneráveis ao fisiologismo de composição, os meios de comunicação público-estatais correm o risco de ser usados como aparelho para a troca de interesses políticos.

Em ambos os casos, do financiamento público ou privado, se não existir autonomia de gestão, ou um conselho regulador, em relação aos mantenedores, certamente a credibilidade e a qualidade da programação serão postas em questão.

Sobre as dificuldades financeiras encontradas na concorrência das emissoras educativas com as emissoras comerciais, no mercado publicitário, escreveu Lopes:

O Ministério das Comunicações exige dos pretensos concessionários educativos a comprovação da capacidade financeira para gerir a emissora, medida que, ao nosso ver, pode afastar do processo organizações realmente comunitárias e estimular alianças de alguns grupos sociais que podem servir como “testa de ferro” para políticos. Ao analisarmos os exemplos apresentados de Santa Catarina, fica comprovado que essa medida não afasta os concessionários da veiculação de publicidade (LOPES, 2009, p. 130).

A autora continua, falando sobre o apoio institucional.

Por outro lado, é bastante improvável que uma emissora microrregional, como são as TVs Educativas estudadas, consiga manter-se apenas com o apoio institucional. Essa categoria de publicidade é mais utilizada pelos órgãos públicos, que geralmente possuem agências de publicidade e seguem a lógica do mercado, ou seja, acabam anunciando nos grandes veículos de comunicação e, dessa forma, contribuem ainda mais para o fortalecimento do oligopólio da televisão aberta.

O Sistema de Comunicação da FUNDAP é sustentado pelo orçamento do Governo do Estado de Sergipe. O orçamento destinado à fundação é de oito bilhões (R\$ 8.000.000,00) por ano. Inclua-se aí o custeio fixo e as possibilidades de investimentos. Existe a possibilidade de aporte de empresas privadas por meio de apoio cultural, que é uma forma disfarçada de chamar os patrocínios, pois comumente envolve o aporte financeiro, registrado e ordens de veiculação e de pagamento. Diz a Lei estadual, que atualmente gere a FUNDAP¹⁰⁷:

§ 1º Os serviços da FUNDAP/SE, devem ter finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e ser

¹⁰⁷Lei nº 5.696 de 15 de julho de 2005.

considerados de interesse público, permitida a participação comercial título de apoio cultural, desde que não exibam:

I - mensagens que exibam, ou estimulem o apelo erótico, a intolerância, o preconceito, o constrangimento público e a violência contra qualquer ser vivo;

II - bebidas alcoólicas, agrotóxicos, armas e cigarros, remédios que necessitem de receita médica ou qualquer produto que não tenha registro e aprovação nos órgãos públicos municipais, estaduais e federais;

III - mensagens comerciais destinadas às crianças que se baseiam no apelo explícito de pedidos aos pais para que comprem determinado produto.

Todas essas restrições a publicidade, como forma de financiamento alternativa, fazem com que as emissoras da Aperipê sejam dependentes do orçamento do estado, bem como de parcerias e convênios com o próprio serviço público. Refletindo sobre isso, ainda escreve Lopes:

Se as emissoras educativas recebem poucos recursos oriundos dos anúncios públicos e não podem veicular anúncios publicitários do pequeno comércio e prestadores de serviços – que não têm interesse no apoio institucional, mas em divulgar as promoções para atrair a comunidade local, então não será a regra que restringe a publicidade um meio de inviabilizar as TVs Educativas? Nessa discussão sobre a forma de financiamento, concordamos com Luís Felipe Miguel (1997) sobre a complexidade desta questão, se a emissora aderir ao governo, poderá ser utilizada para o proselitismo político, ser chapa-branca, e de outro lado corre-se o risco de aderir ao mercado que poderá influenciar ideologicamente (LOPES, 2009, p. 131).

Dadas todas as fragilidades institucionais de um orçamento que pode ser contingenciado a qualquer momento, existe uma linha muito tênue que protege a comunicação pública, sob o risco do aparelhamento político. Assim é criada uma situação que pode variar de acordo com intenções de um dirigente político, indicado para o cargo da presidência.

Em 1º de agosto de 2007, durante uma audiência com o presidente do Sindicato dos Jornalistas de Sergipe (Sindijor), Cristian Góes, a Secretária de Comunicação (à época), Eloisa Galdino afirmou que:

"Nós não podemos participar da discussão de rede pública apenas sob o viés da política. Nós precisamos ter condições de estruturar a Fundação até para que ela entre no processo de discussão da programação e tenha condições de fazer captação de recursos, quando a rede efetivamente for posta em funcionamento. O escalonamento de investimento nessa reestruturação passa também pela discussão sobre os funcionários e pela

inserção dos mesmos no processo de transição para a era digital" (INSTITUTO MARCELO DÉDA¹⁰⁸)

O Sindjor, por meio de seu presidente, cobrou do governo a aplicação de mais investimentos de publicidade oficial nos veículos da Fundação Aperipê. Sobre isso Galdino informou (INSTITUTO MARCELO DÉDA, 2015): "Esta é uma orientação de Governo. Uma das formas de ajudar a Fundação é aumentando a veiculação das campanhas publicitárias. Temos feito isso desde o início da gestão".

Atualmente além do aporte financeiro direto pelo orçamento governamental, existem outros recursos¹⁰⁹ que formam o orçamento da Aperipê, são eles: um contrato com a TV Brasil para a produção de matérias jornalísticas, a serem enviadas para a Rede (R\$ 20.000,00); e o aluguel de uma torre de antena para a Rede Bandeirantes (R\$ 40.000,00).

O Capítulo IV (Da Receita) presente no documento de reestruturação da FUNDAP, que citamos no item anterior, prevê (além das formas de financiamento já existentes) em seu artigo IX “rendas provenientes de outras fontes”. Esse artigo afirma que o Estado constituirá um Fundo Específico para custeio, manutenção e investimento da Fundação Aperipê de Sergipe da seguinte forma:

- I – O Estado fará consignar anualmente, no orçamento vinculado à Secretaria de Estado da Comunicação Social o repasse de 15% (quinze por cento) das verbas referente à publicidade institucional para a Fundação Aperipê de Sergipe;
- II - O Estado fará consignar, também, anualmente, no orçamento vinculado do Detran/SE - DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DE SERGIPE, repasse de verbas destinadas à educação no trânsito;
- III - A criação de outros convênios de cooperação técnica. (REZENDE, 2015)

Esse artigo ressalva as outras formas de financiamento como o orçamento dotado pela Secretaria de Estado da Educação ou a publicidade. Mas a constituição desse fundo, para a comunicação pública, seria fundamental para garantir a independência e a autonomia, em relação ao orçamento do Estado, uma vez que, como fundo, ele não seria contingenciável. Com fontes fixas e certas seria uma fonte que poderia trazer uma independência de fato, em relação ao governo do Estado. Em valores de hoje, apenas os

¹⁰⁸ Disponível em: <http://www.institutomarcelodeda.com.br/secretaria-recebe-representantes-do-sindicato-dos-jornalistas/>

¹⁰⁹ Fonte: Correia, 2014

15% da verba de publicidade oficial corresponderiam a quatro milhões e quinhentos mil reais por ano (4.500.000,00), ou seja, cerca de metade do orçamento anual da FUNDAP. Seria um grande volume de investimentos para a mídia pública.

3.2.5 – Programação

No seguimento do nosso texto iremos fazer o registro de conteúdo. Estamos analisando apenas a composição da grade de programação da Aperipê TV. Neste sentido, nossa investigação busca localizar os seguintes elementos: 1) porcentagem de programação local; 2) de programação independente; e 3) diversidade na programação. Também iremos apresentar a programação das demais emissoras locais (TV aberta, legislativa e canal comunitário) para que possamos fazer esse comparativo.

Outras Emissoras

A Seguir apresentaremos alguns dados relativos às programações locais das emissoras sergipanas, como forma de analisar a quantidade de produção local existente, bem como a diversidade de gêneros dos seus programas.

TV Sergipe

Quadro 16 – Estrutura de Programação Local da TV Sergipe de 2ª a domingo

HORÁRIO	PROGRAMA	GÊNERO
Segunda à sexta, das 6h00 às 7h30	Bom Dia Sergipe	Jornalismo
Segunda à sexta, das 12h00 às 12h35 e aos sábados, das 12h20 às 12h40	SETV 1ª edição	Jornalismo
Segunda à sábado, às 12h40	Globo Esporte SE	Jornalismo Esportivo
Segunda à sábado, das 19h15 às 19h35	SETV 2ª edição	Jornalismo
Sábados, das 8h25 às 8h55	Viva Esporte	Jornalismo Esportivo
Sábados, das 12h00 às 12h20	Terra Serigy	Jornalismo Cultural
Domingos, das 5h50 às 6h20	Estação Agrícola	Jornalismo
Segunda à sexta, (durante a programação)	Radar SE	Jornalismo

Fonte: www.g1.com.br/se

Analisando o quadro podemos constatar que a TV Sergipe possui 8 programas locais, com uma duração total de 265 minutos (ou 4h25m) por semana. A grade de

programação da emissora, afiliada da Rede Globo é composta, majoritariamente, por conteúdo nacional, produzido pela emissora cabeça de rede. A maior parte da sua programação local está centrada no jornalismo corriqueiro, restando um programa para o jornalismo cultural e dois para o jornalismo esportivo. Mesmo assim a TV Sergipe, por retransmitir a programação da Rede Globo é a líder de audiência, em Sergipe.

TV Atalaia

Quadro 17 – Estrutura de Programação Local da TV Atalaia de 2ª a domingo

HORÁRIO	PROGRAMA	GÊNERO
Segunda à sexta, das 06h30	Balanço Geral	Policial
Segunda à sexta, às 07h35	Unit Notícias	Jornalismo Universitário
Segunda à sexta, às 07h45	Você Em Dia	Variedades
Segunda à sexta, às 11h45	Câmara em Ação	Informativo do Poder Legislativo Municipal
Segunda à Sexta, às 12h	Atalaia Esporte	Jornalismo Esportivo
Segunda à Sexta, às 12h30	Jornal do Estado (1ª Edição)	Jornalismo
Segunda à Sexta, das 12h40	Tolerância Zero	Policial
Segunda a Sexta, às 14h	Fala que Eu Te Escuto (local)	Religioso
Segunda a Sexta, às 19h	Jornal do Estado (2ª Edição)	Jornalismo Cultural
Sábado, às 13h	Você Vahle	Entrevistas
Segunda à sexta, às 12h45	A8 na TV	Jornalismo

Fonte: www.tvatalaia.com.br

A TV Atalaia possui em sua grade de programação 11 programas com conteúdo local. 8 deles sendo produzidos pela emissora e 3 de forma independente. Desses 3, um é produzido pela Igreja Universal (Fala Que Eu Te Escuto), um pela Câmara Municipal de Aracaju (Câmara em Ação) e outro pela Universidade Tiradentes (Unit Notícias). 350 minutos (ou 5h50) semanais.

Os maiores programa em duração são os dois com características de cobertura policial, o Balanço Geral e o Tolerância Zero. Esses programas trazem muitos quadros com merchandising. Algo que é expressamente vedado a TV pública e seria impossível de ser feito na Aperipê, por exemplo.

Outro ponto interessante a ser observado são os programas religiosos. Como podemos observar no Documento 7, anexado no final desta dissertação, na grade de programação da TV Atalaia existem muitos espaços religiosos ligados à Igreja Universal do Reino de Deus. Esse tipo de “aluguel de espaço” existe também para a produção local.

Grade de Programação da Aperipê TV

A grade de programação da Aperipê é de uma emissora generalista¹¹⁰, basicamente composta por produção local e retransmissão da grade de programação da TV Brasil. Há o caso particular do Estação Periferia, que é um programa produzido por artistas locais em parceria com a Aperipê e financiados com recursos oriundos de um contrato com a TV Brasil. Esses recursos são exclusivos para a produção do programa, por isso não contamos como orçamento de investimento na TV. O programa tem 30 minutos de exibição inédita 30 minutos de reprise, semanalmente. Existe também um outro contrato para aportar recursos para o financiamento da programação jornalística da TV. Esse contrato garante que a Aperipê produza matérias que podem ser veiculadas na programação jornalística da TV Brasil.

Para Correia (2014) o foco da programação da Aperipê está na informação, na cultura e no jornalismo cidadão. Em uma comparação com os últimos anos, percebe-se que a emissora adotou uma quantidade de programação mais jornalística que cultural. Hoje, a emissora tem sua programação produzida em um misto entre a produção própria (jornalismo e programas de entrevista) e alguns contratos com empresas privadas (programas mais ligados ao entretenimento).

Quadro 18 – Estrutura de Programação Local da Aperipê TV de 2ª a domingo

DIA	HORÁRIO	PROGRAMA	GÊNERO
Segunda-feira	12:30	SERGIPE EM DEBATE	Jornalismo
	13:00	RUMOS	Musical
	18:30	CONEXÃO APERIPÊ	Jornalismo
	19:00	BOLA EM JOGO	Jornalismo Esportivo

¹¹⁰ Ou seja, formada por programas de temas variados, como é comum na TV aberta, e não monotemática como um canal apenas de esportes ou exclusivamente de filmes, como é comum na TV segmentada.

Terça-feira	12:30	SERGIPE EM DEBATE	Jornalismo
	17:30	ESPAÇO PÚBLICO	Debates
	18:30	CONEXÃO APERIPÊ	Jornalismo
	19:00	Plural (Reprise)	Literatura
	19:30	Temporada (Reprise)	Teatro
Quarta-Feira	12:30	SERGIPE EM DEBATE	Jornalismo
	18:30	CONEXÃO APERIPÊ	Jornalismo
	19:00	HORA DO EMPREENDEDOR (reprise)	Jornalismo Empresarial
Quinta-feira	12:30	SERGIPE EM DEBATE	Jornalismo
	17:30	CONTRAPONTO	Debates
	18:30	CONEXÃO APERIPÊ	Jornalismo
	19:30	Especial Aperipê	Documentários
Sexta-feira	12:30	SERGIPE EM DEBATE	Jornalismo
	13:00	TCE NA TV	Informativo
	18:30	CONEXÃO APERIPÊ	Jornalismo
	19:00	EXPRESSÃO	Artes
Sábado	08:00	CONCEITO DE VIDA	Religioso
	08:30	SALTO QUÂNTICO	Religioso
	09:30	PENSE E REPENSE	Religioso
	12:00	Sergipe Justiça	Informativo
	12:30	SESC TV	Informativo
	14:00	EXPRESSÃO (Reprise)	Artes
	15:30	PERIFERIA	Arte e Cultura
	16:00	Plural	Literatura
	21:30	Olha Aí	Cinema
Domingo	07:00	SANTA MISSA	Religioso
	08:00	HORA DO EMPREENDEDOR	Jornalismo Empresarial
	11:00	NOSSA TERRA NOSSA GENTE	Musical
	20:00	Olha Aí (Reprise)	Cinema
	21:00	TEMPORADA	Teatro

A Aperipê possui vinte e um (21) programas locais. Como as outras emissoras de Sergipe, possui um grande número de programas jornalísticos. Entretanto, como a quantidade de programas é superior às outras encontramos uma série de programas ligados a outras áreas (áreas da arte e cultura).

Quatro (4) programas são religiosos e estão há muito tempo na grade de programação, são eles: A Santa Missa, o Salto Quântico, Conceitos de Vida e o Pense e Repense. A missa e o Conceitos de Vida são produzidos da própria emissora, com a equipe da mesma. O Salto Quântico é produzido utilizando os estúdios da Aperipê, porém com

uma equipe externa à instituição que finaliza o programa e o envia em DVD. O Pense e Repense é produzido de forma independente e é enviado para a emissora por meio de fita.

O TCE na TV, SESC TV e o Sergipe Justiça são informativos, produzidos pelos próprios órgãos e enviados para a emissora por via de fita. Apesar de serem vinculados editorialmente de forma direta às instituições, ocupam a parte da grade de programação, prevista no contrato com a TV Brasil, destinada aos programas locais. O Hora do Empreendedor é uma parceria entre o SEBRAE e a Fundação Aperipê. O programa é gravado no estúdio da emissora mas é editado e finalizado numa produtora independente, o Estúdio 3.

Todos esses programas somam um total de 1245 minutos (ou 20h45) por semana. Um valor muito superior as demais emissoras locais da TV Aberta.

- 1) **Bola em Jogo:** Programa semanal que traz a cobertura esportiva. Os acontecimentos do esporte, com foco no Futebol. O programa teve seu auge em 2009, quando a emissora transmitiu o Campeonato Sergipano de Futebol.
- 2) **Especial Aperipê:** Programa que exhibe documentários, majoritariamente composto de produções da própria emissora. Seus temas em geral são os acontecimentos culturais do estado, tais como festas e datas comemorativas além da biografia de alguns personagens da cultura sergipana.
- 3) **Expressão:** Um programa semanal de entrevistas que funciona como uma revista eletrônica para divulgar a agenda da cultura local.
- 4) **Forró no Asfalto:** O programa mais antigo da televisão sergipana, e um dos mais antigos do Brasil. Até 2012, era apresentado por Clemilda, mas esta vinha doente já há alguns anos, em 2010 ela se afastou por motivo de saúde. Em 2014 ela veio a falecer. O programa estava no rádio há 40 anos e na TV há 29 anos. Mesmo com os intervalos da saúde de Clemilda, o programa era reprisado aos domingos.
- 5) **Laboratório:** Também semanal, o programa tem foco na música e é apresentado pelo cantor e compositor Paulo Lobo. Basicamente é composto por entrevistas e pela execução de músicas dos artistas convidados.

- 6) **Olha Aí:** Uma espécie de revista eletrônica semanal, que cobre a cena local de audiovisual e traz novidades da área pelo país. O programa é apresentado pela atriz e cantora Diane Veloso e além de entrevistas com realizadores audiovisuais, são exibidos curtas-metragens.
- 7) **Conexão Aperipê:** Telejornal diário (segunda a sexta) apresentado por Euler Ferreira. O programa traz pautas focada em serviços prestados pelo Estado e os acontecimentos do dia. Além das matérias acontecem entrevistas
- 8) **Sergipe em Debate:** Programa diário (segunda a sexta) com entrevistas e debates sobre temas da cobertura do dia-a-dia.
- 9) **Espaço Público:** Programa de debate semanal apresentado pelo Diretor-Presidente, Luciano Correia, trata de questões ligadas muitas vezes a Educação e traz pessoas da universidade para discuti-los. Também são discutidas questões como a comunicação pública.
- 10) **Contra Ponto:** Um programa que debate os acontecimentos da semana formado por um apresentador e quatro debatedores. O perfil deste programa é comum entre veículos da TV segmentada, como o *Manhattan Conexon*, do canal GNT (canal das Organizações Globo).
- 11) **Plural:** Usa o mesmo formado do Olha aí, só que é voltado para a literatura.

Rádios

Na entrevista que realizamos com Luciano Correia, diretor-presidente, da FUNDAP ele nos contou que a grade de programação das rádios irá sofrer alterações, em breve. Tanto pela reformulação anual, lançamento de novos programas, como pela questão da digitalização do sinal da AM, que provavelmente a fará ir para a mesma banda de onda das emissoras FM. Segundo Correia, “Aperipê AM é uma rádio mais popular, mais para as pessoas do campo e a Aperipê FM é uma emissora mais próxima das novas gerações”.

Internet

Não há um projeto específico para a exploração ou produção de conteúdo exclusivo para a internet, mas todo o conteúdo das emissoras é disponibilizado por meio de *streaming*, no *site* e nos aplicativos pra os sistemas *Android* e *IOS*. O conteúdo também é disponibilizado nas redes sociais, porém não existe uma iniciativa vídeo por demanda¹¹¹, ou de algum serviço *over the top*¹¹².

Audiência

Como as emissoras públicas brasileiras, a audiência das emissoras da FUNDAP é muito baixa e está muito distante da realidade das emissoras comerciais. Muito embora, Correia acredite, mesmo sem uma pesquisa de audiência em mãos, que os números tenham aumentado nos últimos anos, por conta da transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol (Série C). É bem verdade que em 2009 a Aperipê chegou a atingir 42 pontos de audiência, durante a transmissão da final do Campeonato Sergipano de Futebol, daquele ano.

¹¹¹ Vídeo por demanda ou *video on demand (VOD)*, é uma espécie de serviço em que vídeos ficam hospedados em algum local físico (computadores ou satélites) e podem ser acessados na hora em que o espectador quiser acessar. (DENICOLI, 2011)

¹¹² *Over the top (OTT)* é uma espécie de serviço, multiplataforma, em que espectador acessa o cadastro de uma empresa e pode assistir o vídeo que escolher em qualquer momento nas plataformas disponíveis. O OTT é um tipo de VOD. (DENICOLI, 2011)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A minha busca realizada nesta pesquisa sempre foi o de buscar um arcabouço teórico que pudesse me dar mais neutralidade para entender os caminhos que a Aperipê seguiu, seguirá e, principalmente os que ela segue, nesse momento que o país vive. Sobre o momento atual, acredito que a busca pelo meu objeto e me levou a comprar muito acontecimentos históricos com os dias atuais. O meu interesse sempre foi buscar na academia os elementos que me ajudassem a perceber melhor a realidade, por acreditar na importância que as TVs do campo público tem para a sociedade. Talvez essa busca não pare por aqui.

Essa pesquisa detectou alguns pontos fundamentais que eu considero que são os debates atuais que circundam a FUNDAP. São as mesmas questões que circundam as outras emissoras públicas brasileiras e dizem respeito à autonomia de gestão, financiamento, estrutura e participação popular.

Em relação à autonomia, a Aperipê enfrenta os mesmos problemas desde a sua criação: a dependência do orçamento estadual e uma regulamentação que reflete a falta de interesse em torná-la de fato pública e independente, mais aberta a participação da sociedade. Tudo o que disse sobre autonomia se reflete também na questão do financiamento.

Com a atual crise financeira que abate o Estado nos últimos anos, os investimentos nas emissoras têm sido cada vez menores. Assim, elas têm se tornado cada vez mais dependentes do orçamento do governo estadual que pode ser contingenciado. A falta de um fundo independente ou de verbas de outras frentes, impedem uma lógica de investimentos que acaba por fazer com que as emissoras não melhorem os seus produtos e disputem a audiência.

Claro que os problemas que apresentamos são comuns à Aperipê e a maioria das emissoras do campo público e todas sobrevivem assim mesmo. Acredito ser fundamental também que se faça uma avaliação sobre a continuidade e a descontinuidade, no serviço público como um todo.

A partir de então, é preciso consolidar mecanismos e as condições para que exista mais participação da sociedade na gestão, de forma que a sociedade seja envolvida nas questões do dia-a-dia das emissoras públicas. Para que a população tome pra si as questões e passem a exigir do governo agilidade nos processos que tornem a Aperipê uma

fundação (cada vez mais) aberta e transparente para sociedade, em que a população possa, além de receber informação, se expressar de forma livre.

Tanto em termos de debate quanto em termos de produção, sobre a comunicação social, temos sempre ouvido o Estado ou, principalmente, o Mercado. Pouco vemos a comunicação como um serviço público essencial. Fato é que nesse tipo de arranjo a sociedade apenas recebe informação, mas não se expressa e por isso não é ouvida.

Um conselho deliberativo com participação popular deveria existir em todas as emissoras, públicas ou comerciais, uma vez que desde a primeira regulação da mídia brasileira, no começo dos anos 1930, o serviço de radiodifusão já era entendido como um serviço público. Mesmo que este fosse prestado por empresas de natureza jurídica privada.

Além da aplicação da regulação da mídia atual é preciso repensar o modelo de TV Pública que temos e o que queremos. O caso específico da Aperipê mostra como a continuidade e descontinuidade atrapalha o desenvolvimento da gestão da fundação. Como sugestão deixo aqui as observações de Bolaño e Brittos (2008) sobre um modelo de TV Pública.

Para os autores a TV pública (enquanto TV de massa) deveria se ter pelo menos 3 canais: 1) Um canal centralizado, como é a TV Brasil hoje em dia (como uma cabeça de rede), com capacidade de concorrer por, pelo menos, 30% participação na audiência nacional (*share*); 2) Um segundo canal mais segmentado, regionalizado através das redes que já existem com as emissoras estaduais, mas com o mesmo elevado grau de investimento e autonomia que a primeira emissora, com modelos de participação popular e controle público semelhantes mas que trouxesse uma programação mais local com o objetivo de atingir cerca de 15% de participação diária, chegando a disputar espaço com a rede nacional. E finalmente 3) um terceiro canal totalmente descentralizado, com uma grade voltada para a produção independente local, nos moldes das emissoras comunitárias, sendo a grade ajustada entre os programas locais, os programas regionais e os programas nacionais, decidido a partir de um comitê de rede formado por essas emissoras, parecido com o modelo alemão. A participação da audiência esperada deveria ser de 5%.

O modelo proposto pelos autores reverbera com o que temos hoje em dia em termos de Lei do SeAC, porém na prática estamos ainda muito distantes dessa execução. Apesar de termos a TV Brasil, como uma rede nacional, as emissoras estaduais como a Aperipê, como redes regionais e, finalmente, deveríamos ter o Canal da Cidadania de

cada cidade, como canal local. Entretanto, a discussão em torno do Canal da Cidadania, ou mesmo da estrutura para os canais que já existem está muito distante.

Numa leitura, como a que nos propusemos aqui, do mercado local para o nacional, conseguimos enxergar que, apesar dos problemas que apontamos em nossa pesquisa, há sempre condições que permitem, aos poucos, um fortalecimento do papel público das emissoras, mas isso depende de uma articulação em torno do tema feita, pela própria sociedade, ou seja: a) sistemas públicos com pouca participação popular provavelmente serão dominados por interesses políticos; b) não existe participação popular sem articulação dos movimentos sociais para exigir isso; c) a gestão de sistemas públicos sem participação popular, não possui representatividade, e por sua vez, passa por sérias dificuldades financeiras que os comprometem em termos de pessoal, de estrutura e de tecnologia; e por fim, d) os sistemas públicos devem ter financiamento público, com independência de gestão e participação popular garantidas, ou amargarão os efeitos da continuidade e descontinuidade e a baixa audiência, pois com orçamentos contingenciáveis é impossível se manter uma constância e qualidade da programação, ficando apenas sendo veículos a cargo do interesse dos políticos para seu uso eleitoral.

A Aperipê precisa realizar urgentemente um concurso público. A TV, por exemplo, acaba de completar 30 anos e tem o mesmo quadro funcional desde a sua inauguração. Revezado apenas por alguns funcionários de cargos comissionados ou terceirizados.

Por fim, tudo o que dissemos até aqui, tem feito parte da rotina da Aperipê desde a criação da Rádio, em 1939, ou da Fundação, 1932. Todos os problemas, as fases de altos e baixos. Apesar disso, o sistema público sergipano sobrevive. No começo de nossa pesquisa percebíamos esses problemas e tentávamos assimilados a partir dos preceitos teóricos, no entanto notamos que há uma total falta de registro histórico. Este certamente é mais um dos problemas a serem enfrentados e que, certamente, serão vencidos. Em busca da democratização das comunicações em Sergipe, no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Jefferson Bosco Batista de Andrade. Entrevista concedida a Werden Tavares Pinheiro. Aracaju, 20 de Janeiro de 2015.

BARROS, Chalini Torquato Gonçalves de. **Democratização da comunicação**: discussão teórico-conceitual e análise comparada de ambientes regulatórios para o setor de televisão nos países do Mercosul / Chalini Torquato Gonçalves de Barros. - 2014

BECKENKAMP, FÁBIO GHIGNATTI. **MI S.A. o desafio Ponto-com**. Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em Gestão Empresarial, apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito para obtenção do grau de Especialista em Administração. Porto Alegre, 2006. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/103190/000590327.pdf?sequence=1> Acessado em: Janeiro de 2015.

BOLAÑO, César R. S. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

_____. **Mercado Brasileiro de Televisão**. São Cristóvão: Editora UFS. 2004.

_____; BRITTOS, V. **TV pública, políticas de comunicação e democratização**: movimentos conjunturais e mudança estrutural. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, v. 10, n. 3, 2008. p.1-14.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos, 1934 - **A Reforma do estado dos anos 90**: lógica e mecanismos de controle / Luiz Carlos Bresser Pereira. Brasília: Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado, 1997. 58 p. (Cadernos MARE da reforma do estado; v. 1)

BRITTOS, Valério Cruz. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. Salvador, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Tese de doutoramento em comunicação e cultura contemporânea. 2001.

_____. (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006.

_____. (Org.). **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder / Othon Jambeiro, César Bolaño e Valério Brittos (organizadores). - Salvador : Edufba, 2004.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zaar Ed., 2002.

_____. **Políticas públicas culturais de 1924 a 1945**: o rádio em destaque. 2003. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewFile/2190/1329> Acesso em Janeiro de 2015.

CARVALHO, Mariana Martins de. **COMUNICAÇÃO PÚBLICA: função e legitimação das tevês legislativas federais**. Tese de Doutorado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, linha Políticas de Comunicação. Brasília, 2014 Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/15921>

CORREA, Luciano Santos. Entrevista concedida a Werden Tavares Pinheiro. Aracaju, 19 de Novembro de 2014.

DENICOLI, Sergio. **TV Digital - Sistemas, Conceitos e Tecnologias**. Coimbra: Grácio Editor/CECS, 2011.

FÉLIX, Mário Sérgio. Entrevista concedida a Werden Tavares Pinheiro. Aracaju, 20 de Janeiro de 2015.

FRADIKIN, Alexandre. **Histórico da TV Pública/Educativa no Brasil**. In: CARMONA, B; MORAES, F (Orgs.). **O desafio da Tv Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro: TVE RJ, 2008.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a política e o Estado moderno**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.

GINDRE, Gustavo. Os motivos da crise da mídia. In: <http://www.piratinga.org.br/artigos/2004/01/gindre-midia.html> Acesso: Janeiro de 2015

JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV: Uma Visão Comparativa no Mercosul** / Othon Jambeiro. Salvador: EDUFBA, 2000.

_____. **A re-configuração do ambiente regulador das comunicações na sociedade da informação**. In: RAMOS, M. C.; SANTOS, S. (Orgs.). **Políticas de Comunicação: Buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007.

JARDIM, Marcia de Almeida; **Antenas do legislativo: uma análise dos canais de televisão do Poder Legislativo no Brasil**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 2008. Disponível em: www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000434424 Acessado em: Janeiro de 2015

KOLESKI, Fábio Lúcio. **Defesa da concorrência na TV por assinatura: a lógica da experiência brasileira**. 2010. 176 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

LIMA, Jorge da Cunha. **Uma história da TV Cultura**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo/Cultura - Fundação Padre Anchieta, 2008.

LOBATO, Elvira. **Governo Lula distribui TVs e rádios educativas a políticos**. Folha de São Paulo, São Paulo, 2006. Capa, p. A4 - A7

LOPES, Ivonete Souza. **TVs Educativas catarinenses: relações entre política, mercado e sociedade civil.** Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, em 1º de Fevereiro de 2010. Niterói, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.bdtd.ndc.uff.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3789>.

LUSVARGHI, Luiza Cristina. O cinema na era digital: a consolidação dos conteúdos cross-media no Brasil, de Big Brother ao caso Antônia. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1059-2.pdf> Acessado em: Janeiro de 2015.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **DOSSIÊ TV Universitária: 45 anos de experiência.** Revista ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária - 2013 - nº 0. Página 8 a 14.

MARTELLI, Flávia Cortese. **TV universitária, um modelo de gestão em construção:** TV Unaerp de Ribeirão Preto. Dissertação (Mestrado)– Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2012. Disponível em: www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/MestradoeDoutorado/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/flavia-cortese-martelli.pdf

MAYNARD, Dilton Cândido Santos. **A arma retórica: o uso político do rádio em Sergipe (1939-1945).** São Cristóvão: NPPCS, 2003. 154 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2003.

_____. **Entre microfones e bastidores:** Estado Novo, radiodifusão e intervenção cultural em Sergipe. Cadernos de Pesquisa do CDHIS — n. 35 — ano 19 — p. 81-89. Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro. 2006. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/cdhis/article/viewFile/499/469>>

_____. **O "notável empreendimento":** Estado Novo, propaganda política e radiodifusão em Sergipe. Saeculum (UFPB), v. 16, p. 105-118, 2007.

MINICOM. **Exposição de motivos ao projeto de lei de reforma das telecomunicações.** Brasília: 1996. Mimeo.

MOTA, Joanne. **Mercado Sergipano de Televisão Aberta: 40 anos depois, onde está o conteúdo local?** Monografia apresentada no curso de Comunicação Social – Jornalismo, em março de 2013.

MOSCO, Vincent. **The Political Economy of Communications: Rethinking and Renewal,** Londres: Sage Publications, 1996.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: Cultura Brasileira e indústria cultural.** São Paulo: Brasiliense, 2006.

PEREIRA, Sivaldo. **Sistema público de comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios.** Observatório da Imprensa. Disponível em: www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=485. Acessado em: Janeiro de 2015.

PEREIRA, Verena Carla. **A produção de documentários através do DOCTV.** Rumores, Brasil, v. 2, n. 4, jul. 2009. ISSN 1982-677X. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51143>. Acesso em: 14 Jan. 2015.

PERUZZO, Cicilia M.K. **Mídia comunitária.** Revista Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo: UESP, 1998. n° 30. P.142-156.

_____. **TV Comunitária no Brasil: Aspectos Históricos.** Biblioteca de Ciências da Comunicação. Beira Interior, Portugal. Versão on-line. 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-tv-comunitaria.pdf> Acessado em: Janeiro 2015

PIERANTI, Octavio Pena. **Políticas públicas para a radiodifusão e imprensa.** Rio de Janeiro. Ed. FGV, 2007.

_____. **Da Segurança Nacional à Insegurança Jurídica nas Telecomunicações: o Código Brasileiro de Telecomunicações, 45 Anos Depois.** Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación www.eptic.com.br, vol. IX, n. 3, Sep. – Dec. /2007

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. **TV Universitária: limites e possibilidades.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

_____. O desafio da televisão universitária: transportar o conhecimento por uma nova estrada da informação. In: Dória Fagundes Haussen. (Org.). **Mídia, Imagem & Cultura.** Porto Alegre: Edipucrs, 2000.

POULANTZAS, Nico, **O Estado, o poder, o socialismo.** Rio de Janeiro, Graal, 1978.

REZENDE, Aldanny Guimarães. Entrevista concedida a Werden Tavares Pinheiro. Por telefone, em janeiro de 2015.

SANTOS, Maria de Lourdes dos. **Breve história da TV legislativa no Brasil: raízes e origens.** Trabalho apresentado ao NP Políticas e Estratégias de Comunicação, do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom. Unb, Brasília, 2006. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/r1847-1.pdf> Acessado em Janeiro de 2015.

SILVA, Andreza Lisboa da; TAVARES, Michele da Silva. **O Emprego da Cor-Informação no Layout das Páginas dos Portais Sergipanos Infonet e Emsergipe.com.** Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, do Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1158-1.pdf> Acessado em: Janeiro de 2015.

TORVES, José Carlos. **Televisão Pública**. Porto Alegre: Editora Evangraf, 2007.

VALENTE, Jonas L. C. **Notas conceituais sobre a noção de TV pública**. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación www.eptic.com.br, vol. X, n. 3, Sep. – Dic. / 2008

_____. **O Sistema Público de Comunicação da Alemanha**. In: **Intervozes**. Coletivo Brasil de Comunicação Social. Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009, p. 47-62.

_____. **TV Pública no Brasil**: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, linha Políticas de Comunicação. Brasília, 2009 Disponível em: <http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=6069>. Acessado em: 08.08.2014.

SITES

ASSOCIAÇÃO DE COMUNICAÇÃO EDUCATIVA ROQUETTE-PINTO (ACERP) Disponível em: <www.acerp.org.br/?p=1483>. Acessado em: 21/01/2014

CANAL FUTURA Disponível em: <www.futura.org.br/>. Acessado em: Novembro de 2014.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC) Disponível em: < <http://goo.gl/CUxbfH> >. Acessado em Novembro de 2014

MINISTÉRIO DA CULTURA. I Fórum, Nacional de TVs Públicas: diagnóstico do campo público de televisão. Disponível online em: <http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/forum_nacional_de_tvs_publicas/index.html>. Acesso em: Janeiro de 2015

PORTAL VERMELHO Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/tvvermelho/noticia.php?id_noticia=48606&id_secao=6>Acesso em: Janeiro de 2015.

PORTAL G1 SE. Disponível em: www.g1.com.br/SE Acessado em: Janeiro de 2015

REDE BRASIL ATUAL Disponível em: <http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/70/lalo-leal> Acessado em: Janeiro de 2015.

REDESAT Disponível em: <http://www.redesat-to.com.br/doctv.php> Acessado em: Janeiro de 2015.

ANEXOS

1. <u>Documento 1</u> : Lei que cria a Fundação Aperipê de Sergipe.....	125
2. <u>Documento 2</u> – Lei estima receita para a Fundação Aperipê de Sergipe.....	127
3. <u>Documento 3</u> – Lei que Reinstituï a Fundação Aperipê de Sergipe.....	131
4. <u>Documento 4</u> – Cordel que conta a história da Rádio Aperipê.....	142
5. <u>Documento 5</u> – Carta de Brasília 2014.....	175
6. <u>Documento 5</u> – Proposta de reestruturação da Fundação Aperipê.....	153
7. <u>Documento 7</u> – Grades de Programação das Emissoras Sergipanas.....	156

Documento 1 – Lei que cria a Fundação Aperipê de Sergipe**LEI Nº 1.759**

De 11 de dezembro 1972

Institui a Fundação "APERIPÊ DE SERGIPE" e dá outras providências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SERGIPE:

Faço saber que a Assembléia Legislativa do Estado decretou e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica o Poder Executivo autorizado a instituir, com o acervo da estação Rádio Difusora do Estado, denominada RÁDIO APERIPÊ DE SERGIPE numa fundação denominada FUNDAÇÃO APERIPÊ DE SERGIPE, que se regerá de acordo com os estatutos que serão aprovados por Decreto do Governo do Estado.

Art. 2º - A Fundação com sede e foro na cidade de Aracaju, Capital do Estado de Sergipe, e com área de atuação em todo e território do Estado, tem por fim prestar serviços de radiodifusão, compreendendo a transmissão de sons (radiodifusão sonora) e a transmissão de sons e imagens (televisão) com notícias e programas de interesse do Estado e de Entidades Públicas ou privadas, visando o progresso cultural, social e econômico do Estado.

§ 1º - A FUNDAÇÃO APERIPÊ DE SERGIPE, poderá criar Órgãos ou unidades de trabalho no interior do Estado e terá duração de prazo indeterminado.

§ 2º - Caberá a Secretaria de Educação e Cultura formular as diretrizes de programação cultural da Fundação.

Art. 3º - A Fundação será administrada por uma diretoria composta de um Presidente, um Diretor Técnico, um Diretor Comercial, sob a fiscalização de um Conselho Fiscal, todos nomeados por Decreto do Governo do Estado.

§ 1º - O Conselho Fiscal será constituído de três membros efetivos e três suplentes, com mandatos de dois anos.

§ 2º - A remuneração da Diretoria e do Conselho Fiscal será fixada por Decreto Governamental.

Art. 4º - O patrimônio e as Receitas da Fundação serão constituídos por:

- I. Acervo da Rádio Difusora do Estado, denominada Rádio Aperipê de Sergipe.
- II. Doações, auxílios, subvenções de entidades públicas, para estatais ou privadas;

III. Outras Rendas.

Art. 5º - Anualmente, através do Gabinete do Governador, o Governo do Estado consignará em orçamento uma verba destinada à manutenção da Fundação.

Art. 6º - A Fundação se investirá nos direitos e obrigações da Rádio Difusora de Sergipe, ficando o Poder Executivo a nomear uma comissão para proceder ao levantamento do seu patrimônio, bem como da situação atual dos seus servidores.

Art. 7º - "Os Serviços da Fundação Aperipê de Sergipe tem a finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo e são consideradas de interesse e aquela finalidade.

Art. 8º - "Os Serviços da Fundação Aperipê de Sergipe, autorizados, licenciados ou concedidos pela União, não poderão ser objeto de transferência, cessão, arrendamento ou alienação".

Art. 9º - A Fundação Aperipê de Sergipe gozará de todas as isenções fiscais e imunidades tributárias deferidas pela legislação vigente aos órgãos da administração pública estadual.

Art. 10 - A Fundação Aperipê de Sergipe poderá promover a constituição de entidades subsidiárias para a prestação de serviços de Radiodifusão, compreendendo a transmissão de sons (radiodifusão sonora) e a transmissão de sons e imagens (televisão) além de agência de notícias.

Art. 11 - A Fundação Aperipê de Sergipe poderá firmar convênios ou acordos com entidades públicas ou privadas.

Art. 12 - Ressalvada a divulgação dos atos dos Poderes Executivo, Legislativo Judiciário do Estado de Sergipe e o cumprimento das obrigações impostas pela Legislação Federal, fica vedada a Fundação Aperipê de Sergipe a prestação de serviços gratuitos.

Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação ficando revogadas as disposições em contrário.

Palácio "OLYMPPIO CAMPOS", Aracaju 11 de dezembro 1972, 151º da Independência e 84º da República.

Paulo Barreto de Meneses

Governador do Estado

Documento 2 – Lei estima receita para a Fundação Aperipê de Sergipe

LEI Nº 1.816

De 05 de dezembro de 1972

Estima a Receita e fixa a Despesa do Estado para o exercício financeiro de 1974 e dá providências correlatas.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SERGIPE:

Faço saber que a Assembléia Legislativa do Estado decretou e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - O Orçamento do Estado de Sergipe para o exercício de 1974, estima a Receita em Cr\$ 250.301.118,00 (duzentos e cinquenta milhões, trezentos e um mil e cento e dezoito cruzeiros) e fixa a Despesa em igual valor.

Art. 2º - A Receita será realizada mediante a arrecadação de tributos, rendas, fundos e outras receitas correntes e de capital, na forma da legislação em vigor, relacionada no anexo I, com o seguinte desdobramento:

	Cr\$ 1,00
<u>RECEITAS CORRENTES</u>	145.823.118
Tributaria	93.751.568
Patrimonial	2.566.250
Industrial	2.370.000
Transferências Correntes	43.932.000
Receitas Diversas	3.203.300

	Cr\$ 1,00
<u>RECEITAS DE CAPITAL</u>	104.478.000
Alienação de Bens Moveis e Imóveis	600.000
Transferência de Capital	93.478.000
Outras Receitas de Capital	10.400.000
TOTAL	250.301.118

Art. 3º - A Despesa será realizada segundo a discriminação do Anexo II, que apresenta a sua composição por Programas, Poderes e Órgãos e Categoria Econômica, conforme o seguinte desdobramento sintético:

DESPESAS POR PROGRAMAS	Cr\$ 1,00
1. Administração	100.884.214
2. Agropecuária	4.800.000
3. Assistência e Previdência	17.313.385
4. Ciências e Tecnologia	1.136.900
5. Comércio	222.196
6. Defesa e Segurança	17.194.423
7. Educação	43.416.000
8. Energia	8.000.000
9. Habitação e Planejamento Urbano	500.000
10. Recursos Naturais	360.000
11. Saúde e Saneamento	9.264.000
12. Transporte	28.200.000
13. Despesa Gerais	18.300.000
TOTAL	Cr\$ 250.301.118

DESPESAS POR SUB-ANEXOS	Em Cr\$ 1,00
01. Poder Legislativo	6.195.995
1.1. Assembleia Legislativa	3.424.360
1.2. Tribunal de Contas	2.771.635
01. Poder Judiciário	8.585.000
2.1. Tribunal de Justiça	4.646.300
2.2. Tribunal do Júri e Juizado	3.415.500
2.3. Juizado de Menores	525.200
3. Poder Executivo	235.520.123
3.1. Governadoria	
3.1.1. Gabinete do Governador	9.800.000
3.1.2. Gabinete do Vice-Governador	199.000
3.1.3. Consultoria Jurídica	43.000
3.1.4. Ministério Público	1.772.499
3.1.5. Procuradoria do Estado da Guanabara	191.000
3.2. Secretaria da Administração	17.818.872
3.3. Secretaria de Educação	43.416.000
3.4. Secretaria de Saúde Pública	9.264.000
3.5. Secretaria da fazenda	134.336.744
3.6. Secretaria da Justiça	3.502.000
3.7. Secretaria da Segurança Pública	15.177.008
TOTAL	250.301.118

DESPESAS POR CATEGORIA ECONOMICAS	Cr\$ 1,00
01. Despesas Correntes	142.256.328
. Custeio	78.608.799
. Transferências	63.647.529
02. Despesas de Capital	108.044.790
. Investimentos	25.044.790
. Inversões Financeiras	300.000
. Transferência de Capital	82.700.000
.	
Total	250.301.118

§ 1º - A despesa dos órgãos da Administração Indireta, e da Fundação Aperipê, a ser realizada com recursos transferidos através deste Orçamento, será discriminada nos orçamentos das respectivas entidades, por programas, subprogramas, projeto e atividades obedecidos a legislação em vigor e de acordo com as dotações globais discriminadas no Anexo III.

§ 2º - Os recursos do que trata o § 1º - deste artigo somente serão movimentados depois de publicados os seus correspondentes orçamentos e de acordo com a programação financeira estabelecida nos Planos Trimestrais de Aplicação.

Art.4º - O Poder Executivo, no interesse da administração poderá designar Órgãos Centrais para movimentar dotações atribuídas as Unidades Orçamentárias.

Art.5º - Os Poderes Legislativo, Judiciário e Executivo organizarão e aprovarão, quadros de detalhamento das despesas, segundo a natureza destas para cada projeto ou atividade.

Parágrafo Único - Os quadros de que trata este artigo serão publicados no Diário Oficial do Estado, no prazo de 30 (trinta) dias da data da publicação desta lei, podendo ser alteradas a partir de 31 de março, obedecidos os valores globais de cada programa.

Art. 6º - Durante a execução orçamentária, fica o Poder Executivo autorizado a:

- I - Realizar operações de crédito por antecipação da Receita, até o limite correspondente a quarta parte da receita total estimada nesta lei;
- II - Abrir créditos suplementares, até um limite correspondente a 20% (vinte por cento) da despesa total prevista nesta Lei, desde que respeitado o disposto no art.43º da Lei Federal nº 4.320 de 17 de março de 1964;
- III - Tomar medidas necessárias para ajustar os dispêndios ao efetivo comportamento da receita.

Art. 7º - A fixação dos valores da despesa por subprograma, projeto e atividade, constante do Anexo II tem caráter indicativo e não servirá de base para o controle externo.

Art. 8º Revogam-se as disposições em contrário.

Palácio "OLYMPIO CAMPOS", Aracaju 13 de dezembro de 1973, 152º da Independência e 85º da República.

PAULO BARRETO DE MENEZES

GOVERNADOR DO ESTADO

Documento 3 – Lei que Reinstituí a Fundação Aperipê de Sergipe**LEI Nº 4.746**

DE 27 DE DEZEMBRO DE 2002

Publicado no Diário Oficial do dia 28/12/2002

Reinstituí a Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, por transformação da Superintendência do Sistema de Rádio-TeleDifusão-Educativa - SUPERSTED, e dá providências correlatas.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SERGIPE,

Faço saber que a Assembléia Legislativa do Estado de Sergipe aprovou e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. A Fundação Aperipê de Sergipe, instituída pela Lei nº 1.759, de 11 de dezembro de 1972, e extinta pela Lei nº 3.631, de 05 de julho de 1995, cujas atividades básicas, atualmente, estão a cargo da Superintendência do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa, fica reinstituída e reativada, mediante transformação, nos termos desta Lei.

Art. 2º. A atual Superintendência do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa - SUPERSTED, disposta na Lei nº 4.301, de 16 de novembro de 2000, órgão operacional da Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, fica transformada em uma fundação pública do Estado, sob a denominação de Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, dotada de personalidade jurídica de direito público, com autonomia administrativa, financeira e patrimonial.

Parágrafo único. A personalidade jurídica da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, deve começar com o registro do seu Estatuto no competente Cartório de Registro de Títulos e Documentos e de Pessoas Jurídicas.

Art. 3º. A Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, como entidade pública, integra a Administração Pública Indireta do Poder Executivo do Estado, ficando vinculada à Secretaria de Estado da Educação e do Desporto e Lazer - SEED.

Parágrafo único. A FUNDAP/SE deve ser regida por esta Lei, pelo seu Estatuto, pelos respectivos atos que legal ou regularmente forem estabelecidos e pela legislação que lhe for aplicável.

Art. 4º. A Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, tem sede e foro na Capital do Estado e jurisdição em todo o território sergipano, tendo, também, duração por prazo indeterminado.

Parágrafo único. Observadas as normas legais pertinentes, a FUNDAP/SE pode estabelecer órgãos ou unidades de trabalho no interior do Estado.

Art. 5º. A Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, tem por finalidade a promoção, organização, execução e administração, abrangendo operacionalização, de programas e projetos de desenvolvimento e expansão das ações e atividades de comunicação, através do sistema de rádio e televisão, prestando serviços de transmissão de sons (radiodifusão sonora) e de transmissão de sons e imagens (televisão).

01

§ 1º. Os serviços da FUNDAP/SE devem ter finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e ser considerados de interesse público, permitida a participação comercial nos mesmos serviços, na medida em que essa participação não prejudique o referido interesse e a citada finalidade.

§ 2º. Os serviços permitidos, concedidos ou licenciados pela União, à Fundação Aperipê de Sergipe FUNDAP/SE, não podem ser objeto de transferência, cessão, arrendamento ou alienação.

Art. 6º. A Fundação não pode ser utilizada:

- I – Para fins político-partidários;
- II – Para difusão de idéias ou fatos que incentivem recurso à violência, discriminação de qualquer natureza e preconceito de raça, classe ou religião.

Art. 7º. Devem constituir patrimônio da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE:

- I - Materiais, móveis, máquinas, equipamentos, viaturas, instalações e demais bens, assim como direitos, que, atualmente sob a guarda e responsabilidade da Secretaria de Estado da Comunicação Social, se encontram servindo ou sendo utilizados nas atividades do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa (inclusive emissoras e equipamentos das Rádios Aperipê - AM e FM, e da Televisão Aperipê);
- II – Bens imóveis, pertencentes ao Estado, que, na data da publicação desta Lei, estavam sendo utilizados nas atividades do Sistema de Rádio-Tele-Difusão Educativa;
- III - Bens móveis e imóveis, materiais, equipamentos, instalações e outros, bem como direitos, que legalmente venham a ser adquiridos pela Fundação, ou que regularmente lhe forem assegurados, doados, transferidos ou outorgados, e passem a integrar o seu patrimônio;
- IV - O que, de forma legal, vier a ser constituído como patrimônio da Fundação.

§ 1º. Cabe ao Poder Executivo designar uma comissão especial para identificar, arrolar, discriminar e avaliar os bens e direitos referidos no inciso I do “caput” deste artigo, a serem transferidos para o patrimônio da FUNDAP/SE.

§ 2º. Os bens e direitos a que se refere o § 1º deste artigo devem ser transferidos para a FUNDAP/SE, pelo valor que lhes for atribuído em laudo específico da comissão especial designada de acordo com o mesmo parágrafo.

Art. 8º. As receitas ou recursos da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, devem ser constituídos de:

- I - Saldos financeiros de dotações consignadas no Orçamento do Estado para a Secretaria de Estado da Comunicação Social, em favor da anterior Superintendência do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa SUPERSTED, ou para as respectivas atividades, cujos saldos devem ser transferidos para a Fundação.
- II - Dotações que em seu favor forem consignadas nos Orçamentos do Estado;
- III - Créditos legalmente abertos em seu favor;
- IV - Recursos provenientes de convênios, contratos, acordos ou ajustes;
- V - Renda decorrente de prestação de serviços de qualquer natureza compatíveis com a finalidade da Fundação, a órgãos, entidades ou pessoas públicas ou privadas, mediante contratos, acordos ou quaisquer outros ajustes;
- VI - Recursos de operações de crédito, decorrentes de empréstimos ou financiamentos, de origem nacional
ou estrangeira, obtidos
diretamente pela Fundação;
- VII - Doações, legados, subvenções, auxílios e/ou quaisquer contribuições que forem feitos à Fundação, por pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado;
- VIII - Receita patrimonial, inclusive a decorrente de juros, lucros, dividendos e frutos;
- IX - Recursos resultantes de suas aplicações financeiras;
- X - Rendas diversas provenientes de outras fontes;
- XI - Outros recursos que legalmente se constituam em receita da Fundação.

Art. 9º. A execução financeira e contábil da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, deve cumprir as normas regulares de Contabilidade Pública, bem como a legislação referente ao Sistema Financeiro

Estadual e a relativa a licitações e contratos administrativos, ficando sujeita a que a receita e a aplicação dos respectivos recursos sejam, periodicamente, objeto de informação e prestação de contas, aos órgãos próprios de controle, de acordo com a legislação pertinente.

Art. 10. A Administração da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, deve compreender:

- Conselho de Deliberativo;
- Conselho Fiscal; III – Diretoria Executiva:
 - a) Presidência;
 - b) Diretoria Administrativa e Financeira;
 - c) Diretoria de Operações.

Art. 11. A composição, as competências e as normas básicas de funcionamento dos Conselhos Deliberativo e Fiscal, respectivamente, órgão deliberativo, normativo e consultivo, e órgão fiscalizador da FUNDAP/SE, devem ser estabelecidas no seu Estatuto, observado o disposto nesta Lei e na legislação pertinente ou aplicável.

§ 1º. Um dos membros do Conselho Deliberativo da FUNDAP/SE e o respectivo suplente, a serem nomeados pelo Governador do Estado, devem ser escolhidos e indicados em lista tríplice, mediante processo direto de eleição pelos próprios servidores da Fundação, como seus representantes.

§ 2º. Os membros dos Conselhos Deliberativo e Fiscal da FUNDAP/SE devem perceber “jeton” ou gratificação de presença, pelo comparecimento às respectivas reuniões, conforme valor e critérios estabelecidos por Decreto do Governador do Estado.

Art. 12. A fundação deve ser fiscalizada por um Conselho Fiscal, auxiliado pela Controladoria Geral do Estado e pelo Tribunal de Contas.

Art. 13. O Conselho Fiscal é composto de três membros efetivos e três suplentes, de livre nomeação e exoneração pelo Governador do Estado.

Art. 14. A Diretoria Executiva, órgão diretivo superior da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, deve ser constituída pelo Diretor-Presidente e pelos Diretores Administrativo e Financeiro e de Operações, indicados e, após aprovação da maioria absoluta dos membros do Conselho Deliberativo, nomeados, em comissão, pelo Governador do Estado.

01

§ 1º. A nomeação dos membros da Diretoria Executiva de que trata o “caput” deste artigo deve recair em profissionais possuidores de conhecimentos da respectiva área e de comprovada experiência administrativa, preferencialmente, de nível superior.

§ 2º. As competências da Diretoria Executiva a que se refere o parágrafo anterior e de cada um dos seus membros devem ser definidas no Estatuto da Fundação.

§ 3º. A remuneração dos membros da Diretoria Executiva mencionada neste artigo é a fixada pela lei específica de remuneração das Diretorias Executivas das Autarquias e Fundações Públicas do Estado.

Art. 15. O Quadro Geral de Pessoal da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, compreendendo servidores, cargos e funções da própria Fundação, deve ser constituído de:

I - Quadro de Cargos Efetivos - composto de cargos de provimento efetivo da antiga Fundação Aperipê de Sergipe, antes de ser extinta, regidos pelo Estatuto dos Funcionários Públicos Cíveis do Estado de Sergipe, que por força da Lei nº 3.631, de 05 de julho de 1995, foram para outros órgãos ou entidades da Administração Estadual Direta, Autárquica ou Fundacional, e que, agora, na quantidade necessária e suficiente para os respectivos serviços, devem ser novamente remanejados, com os respectivos ocupantes, de volta para a FUNDAP/SE, reinstituída por esta Lei, evitando o aumento de despesas;

II - Quadro de Cargos em Comissão e Quadro de Funções de Confiança - compostos dos cargos de provimento em comissão, e das funções de confiança, respectivamente, que se encontravam nos correspondentes quadros da Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, vinculados, porém, à Superintendência do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa -

SUPERSTED, e que, agora, devidamente transformados, mas sem aumento de despesa, devem ser transpostos para a FUNDAP/SE, reinstituída por esta Lei.

Parágrafo único. Os cargos de provimento efetivo e os de provimento em comissão, bem como as funções de confiança, remanejados ou transpostos para a FUNDAP/SE, de acordo com os incisos do “caput” deste artigo, e os respectivos ocupantes ou exercentes, continuam regidos pela legislação relativa a cargos, funções, direitos, deveres, vencimentos, vantagens e demais normas funcionais e estatutárias do correspondente regime jurídico dos servidores públicos estaduais da Administração Direta, Autárquica e Fundacional a que tenham estado sujeitos até a vigência desta Lei.

Art. 16. Os serviços da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, podem ser desempenhados também por servidores de outros órgãos ou entidades da Administração Pública, devidamente cedidos ou colocados à sua disposição, de acordo com a legislação pertinente, os quais, porém, não podem integrar o Quadro de Cargos Efetivos da Fundação, não ocupando, portanto, os respectivos cargos.

Art. 17. A criação ou transposição de novos cargos e funções de confiança para a Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, somente pode ocorrer mediante lei específica, de acordo com as normas da legislação estatutária.

Parágrafo único. No caso de cargos de provimento efetivo que sejam criados ou que estejam vagos, o seu preenchimento somente pode se dar mediante concurso público, de provas ou de provas e títulos, observadas as normas legais pertinentes, após autorização expressa do Governador do Estado, por solicitação escrita e justificada da Diretoria Executiva da Fundação.

Art. 18. A Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, como Fundação Pública integrante da Administração Estadual, deve gozar dos respectivos direitos e prerrogativas previstos na legislação pertinente.

Art. 19. A Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, deve manter a execução de todas as atividades de contabilidade, patrimonial, orçamentária e financeira, devendo ser submetidos à aprovação do seu Conselho Deliberativo, mensalmente, os respectivos balancetes, e, terminado cada exercício, a devida prestação de contas anual, com relatório e balanço geral.

01

Art. 20. As deliberações do Conselho de Administração da FUNDAP/SE, quando depender da expedição de ato, devem ter a forma de Resolução.

Art. 21. Os atos da Presidência da FUNDAP/SE devem ter a forma de Portaria.

Art. 22. O Diretor-Presidente da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, deve ser substituído, nas suas ausências ou afastamentos legais de natureza eventual, pelo Diretor Administrativo e Financeiro ou pelo Diretor de Operações, por designação do referido titular da Presidência da Fundação.

Art. 23. O detalhamento, a organização, as competências, a nomenclatura e as atribuições das unidades integrantes da estrutura da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, e a discriminação das atribuições funcionais dos respectivos dirigentes, bem como as alterações ou modificações que se fizerem necessárias, observado o disposto nesta Lei e na legislação aplicável, devem ser estabelecidos no Estatuto da Fundação.

Art. 24. O Poder Executivo deve promover as medidas administrativas, orçamentárias e financeiras necessárias para que seja efetivada a reinstituição da entidade, no caso a Fundação Aperipê de Sergipe, por transformação de órgão, com transferência de finalidade, competências, ações, atividades e serviços, conforme estabelecido nesta Lei.

Parágrafo único. Para aplicação ou execução desta Lei, na forma do “caput” deste artigo, o Poder Executivo fica especialmente autorizado a:

I - Abrir os créditos adicionais que se fizerem necessários à transformação, implantação e funcionamento da FUNDAP/SE, no valor de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), e/ou, se for o caso, no valor do respectivo saldo desse limite, no exercício seguinte, na forma constitucional e legalmente prevista, observado o disposto nos artigos 40 a 46 da Lei (Federal) nº 4.320, de 17 de março de 1964, e na Lei de Responsabilidade Fiscal;

II - Proceder às necessárias transferências de dotações orçamentárias e financeiras, bem como dos saldos de recursos consignados, destinados, repassados ou a repassar, que devam ser feitas em decorrência da transformação da Superintendência do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa - SUPERSTED, da Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, na Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, reinstituída na forma desta Lei, com absorção das respectivas finalidades, competências, ações, atividades e serviços.

Art. 25. Cabe à Secretaria de Estado da Administração - SEAD, promover e realizar o remanejamento dos cargos de provimento efetivo e respectivos ocupantes que, nos termos desta Lei, devem passar a integrar o Quadro de Cargos Efetivos da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, reinstituída por esta mesma Lei.

Art. 26. Os materiais, móveis, máquinas, equipamentos, viaturas, instalações e demais bens patrimoniais que se encontram sob a guarda e responsabilidade da Secretaria de Estado da Comunicação Social SECOM, servindo ou sendo utilizados nas atividades do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa (inclusive emissoras e equipamentos das Rádios Aperipê-AM e FM, e da Televisão Aperipê), devem ser transferidos, mediante procedimento regular a ser promovido pela Secretaria de Estado da Administração SEAD, para a Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, passando a constituir patrimônio da mesma Fundação, nos termos desta Lei.

Art. 27. Fica estabelecida a estruturação dos Cargos de Provimento Efetivo, dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, transformados e transpostos na forma dos respectivos demonstrativos constantes dos Anexos I e II desta Lei.

Parágrafo único. Em decorrência do disposto no “caput” deste artigo, os Quadros de Cargos Efetivos, de Cargos em Comissão, e de Funções de Confiança da FUNDAP/SE passam a ser os fixados nos Anexos III, IV e V desta Lei, assim estabelecido:

1 - Anexo III - Quadro de Cargos Efetivos, providos de acordo com a legislação pertinente;

01

2 - Anexo IV - Quadro de Cargos em Comissão, providos mediante nomeação por ato do Diretor-Presidente da Fundação;

3 - Anexo V - Quadro de Funções de Confiança, exercidas por servidores da Administração Pública, designados por ato do Diretor-Presidente da Fundação.

Art. 28. Extinguindo-se a Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, o seu acervo patrimonial, bens, direitos e obrigações devem ser transferidos para o Estado de Sergipe.

Art. 29. O Estatuto da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, bem como as respectivas alterações e reformas, cuja iniciativa de proposta cabe ao Diretor-Presidente ou a um terço dos membros do Conselho Deliberativo, devem ser aprovados pela maioria absoluta dos membros deste Conselho, após anuência do Ministério das Comunicações.

Parágrafo único. O Estatuto da FUNDAP/SE e as suas alterações e reformas, depois de aprovados e homologados, devem ser registrados no competente Cartório de Registro de Títulos e Documentos e de Pessoas Jurídicas.

Art. 30. Ficam extintos os mandatos, em curso, dos Conselheiros-Diretores da AGERSE, que tenham sido prorrogados ou cujos Conselheiros foram reconduzidos em desacordo com a Lei nº 4.582, de 18 de junho de 2002.

Art. 31. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, produzindo seus efeitos, porém, a partir da data em que a Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE começar a ter personalidade jurídica.

Art. 32. Revogam-se as disposições em contrário.

ALBANO FRANCO

GOVERNADOR DO ESTADO

ANEXO I – Fls. 01/01

PODER EXECUTIVO							
ADMINISTRAÇÃO INDIRETA							
ENTIDADE: FUNDAÇÃO APERIPÊ DE SERGIPE – FUNDAP/SE							
DEMONSTRATIVO DE REMANEJAMENTO DE CARGOS DE PROVIMENTO EFETIVO							
01	DENOMINAÇÃO	NÍVEL	CATEGORIA	PADRÃO	QUANTIDADE	SITUAÇÃO ANTERIOR	SITUAÇÃO NOVA
						LOTAÇÃO	QUADRO
01	Executor de Serviços Básicos		NB	B-1	I	14	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
02	Vigilante		NB	B-2	II	12	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
03	Agente Administrativo		NB	B-3	III	05	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
04	Executor de Serviços de Manutenção		NB	B-3	III	05	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
05	Telefonista		NB	B-3	III	05	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
06	Assistente Administrativo		NB	B-4	IV	02	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
07	Editor de VT		NB	B-4	IV	06	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
08	Encarregado de Tráfego		NB	B-4	IV	02	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
09	Iluminador		NB	B-4	IV	03	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
10	Maquilador		NB	B-4	IV	04	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
11	Motorista		NB	B-4	IV	14	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
12	Oficial de Manutenção		NB	B-4	IV	03	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
13	Operador de Som e Imagem		NB	B-4	IV	44	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
14	Assistente de Produção		NM	M-1	V	04	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
15	Cinegrafista		NM	M-1	V	02	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
16	Discotecário		NM	M-1	V	02	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
17	Locutor Apresentador-Comunicador		NM	M-1	V	04	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
18	Locutor Entrevistador		NM	M-1	V	01	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
19	Locutor Esportivo		NM	M-1	V	02	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
20	Produtor Executivo de Rádio e TV		NM	M-1	V	07	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
21	Técnico em Áudio, Vídeo e Externa		NM	M-1	V	03	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
22	Técnico em Manutenção de Rádio e TV		NM	M-1	V	04	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
23	Eletrotécnico		NM	M-2	VI	01	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
24	Técnico em Contabilidade		NM	M-2	VI	01	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
25	Administrador		NS	S-2	VIII	02	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
26	Contador		NS	S-2	VIII	01	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
27	Engenheiro de Eletrônica		NS	S-2	VIII	01	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
28	Jornalista		NS	S-2	VIII	21	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
29	Procurador Fundacional		NS	S-2	VIII	01	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
30	Relações Públicas		NS	S-2	VIII	01	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE
31	Técnico em Educação		NS	S-2	VIII	01	SECOM/SUPERSTED FUNDAP/SE

SECOM/SUPERSTED – Secretaria de Estado da Comunicação Social/Superintendência do Sistema de Rádio-Tele-Difusão-Educativa.

FUNDAP/SE – Fundação Aperipê de Sergipe.

ANEXO I

PODER EXECUTIVO							
ADMINISTRAÇÃO DIRETA							
ENTIDADE: FUNDAÇÃO APERIPÊ DE SERGIPE – FUNDAP/SE							
DEMONSTRATIVO DE TRANSFORMAÇÃO E TRANSPOSIÇÃO DE CARGOS EM COMISSÃO E FUNÇÕES DE CONFIANÇA							
SITUAÇÃO ANTERIOR				SITUAÇÃO NOVA			
DENOMINAÇÃO	SÍMB	Qtd	LOT	DENOMINAÇÃO	SÍMB	QTD	LOT
Superintendente do Sistema de Rádio-Televisão-Educativa	CCE-08	01	SECOM	Diretor-Geral	CCE-08	01	FUNDAP /SE
Diretor da Coordenadoria de Atividades Administrativas	CCS-12	01	SECOM	Chefe da Assessoria de Planejamento	CCS-12	01	FUNDAP /SE
Diretor da Coordenadoria de Atividades Operacionais	CCS-12	01	SECOM	Diretor do Departamento de Administração e Finanças	CCS-12	01	FUNDAP /SE
Diretor da Coordenadoria de Tecnologia	CCS-12	01	SECOM	Diretor do Departamento Técnico	CCS-12	01	FUNDAP /SE
Diretor da Rádio Aperipê / AM	CCS-12	01	SECOM	Diretor da Rádio Aperipê / AM	CCS-12	01	FUNDAP /SE
Diretor da Rádio Aperipê / FM	CCS-12	01	SECOM	Diretor da Rádio Aperipê / FM	CCS-12	01	FUNDAP /SE
Diretor da Televisão Aperipê	CCS-12	01	SECOM	Diretor da Televisão Aperipê	CCS-12	01	FUNDAP /SE
Chefe de Gabinete I	CCS-08	01	SECOM	Chefe de Gabinete I	CCS-08	01	FUNDAP /SE
FUNÇÕES DE CONFIANÇA				FUNÇÕES DE CONFIANÇA			
Chefe de Divisão	FCO-10	03	SECOM	Chefe de Divisão	FCO-10	03	FUNDAP /SE

SECOM – Secretaria de Estado da Comunicação Social FUNDAP/SE – Fundação Aperipê de Sergipe.

ANEXO III – Fls. 01/01

PODER EXECUTIVO
ADMINISTRAÇÃO INDIRETA
ENTIDADE: FUNDAÇÃO APERIPÊ DE SERGIPE – FUNDAP/SE
QUADRO DE CARGOS DE PROVIMENTO EFETIVO

CARGOS EFETIVOS				
NÍVEL	CATEGORIA	PADRÃO DE VENCIMENTO	CARGO (DENOMINAÇÃO)	QUANTIDADE
NÍVEL BÁSICO (NB)	B-1	I	Executor de Serviços Básicos	14
	B-2	II	Vigilante	12
	B-3	III	Agente Administrativo	05
			Executor de Serviços de Manutenção	05
			Telefonista	05
	B-4	IV	Assistente Administrativo	02
			Editor de VT	06
			Encarregado de Tráfego	02
			Iluminador	03
			Maquilador	04
			Motorista	14
			Oficial de Manutenção	03
			Operador de Som e Imagem	44
NÍVEL MÉDIO (NM)	M-1	V	Assistente de Produção	04
			Cinegrafista	02
			Discotecário	02
			Locutor Apresentador-Comunicador	04
			Locutor Entrevistador	01
			Locutor Esportivo	02
			Produtor Executivo de Rádio e TV	07
			Técnico em Audio, Vídeo e Externa	03
			Técnico em Manutenção de Rádio e TV	04
	M-2	VI	Eletrotécnico	01
			Técnico em Contabilidade	01
NÍVEL SUPERIOR (NS)	S-2	VIII	Administrador	02
			Contador	01
			Engenheiro de Eletrônica	01
			Jornalista	21
			Procurador Fundacional	01
			Relações Públicas	01
			Técnico em Educação	01

ANEXO IV

PODER EXECUTIVO
ADMINISTRAÇÃO INDIRETA
ENTIDADE: FUNDAÇÃO APERIPÊ DE SERGIPE - FUNDAP/SE
QUADRO DE CARGOS EM COMISSÃO

CARGOS EM COMISSÃO		
DENOMINAÇÃO	SÍMBOLO	QUANTIDADE
Diretor-Geral	CCE-08	01
Chefe da Assessoria de Planejamento	CCS-12	01
Diretor do Departamento de Administração e Finanças		
Diretor do Departamento Técnico	CCS-12	01
Diretor da Rádio Aperipê / AM	CCS-12	01
Diretor da Rádio Aperipê / FM	CCS-12	01
Diretor da Televisão Aperipê	CCS-12	01
Chefe de Gabinete I	CCS-12	01
	CCS-08	01

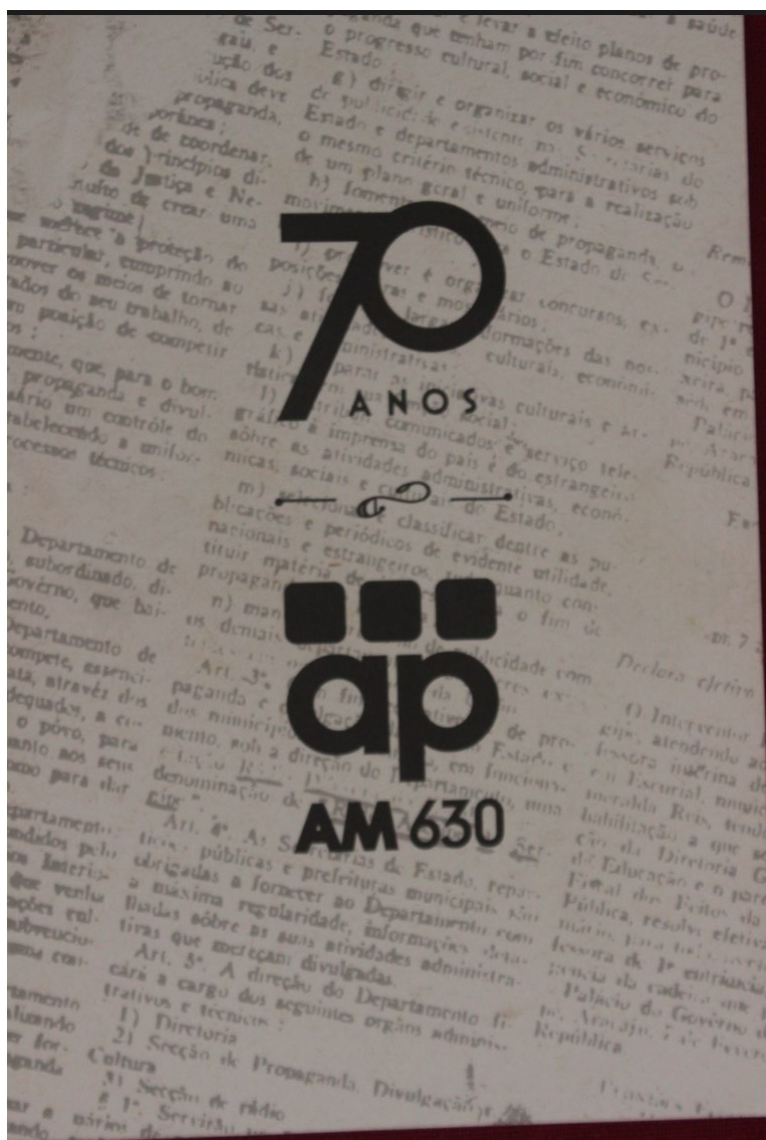
ANEXO V

PODER EXECUTIVO
ADMINISTRAÇÃO INDIRETA
ENTIDADE: FUNDAÇÃO APERIPÊ DE SERGIPE - FUNDAP/SE
QUADRO DE FUNÇÕES DE CONFIANÇA

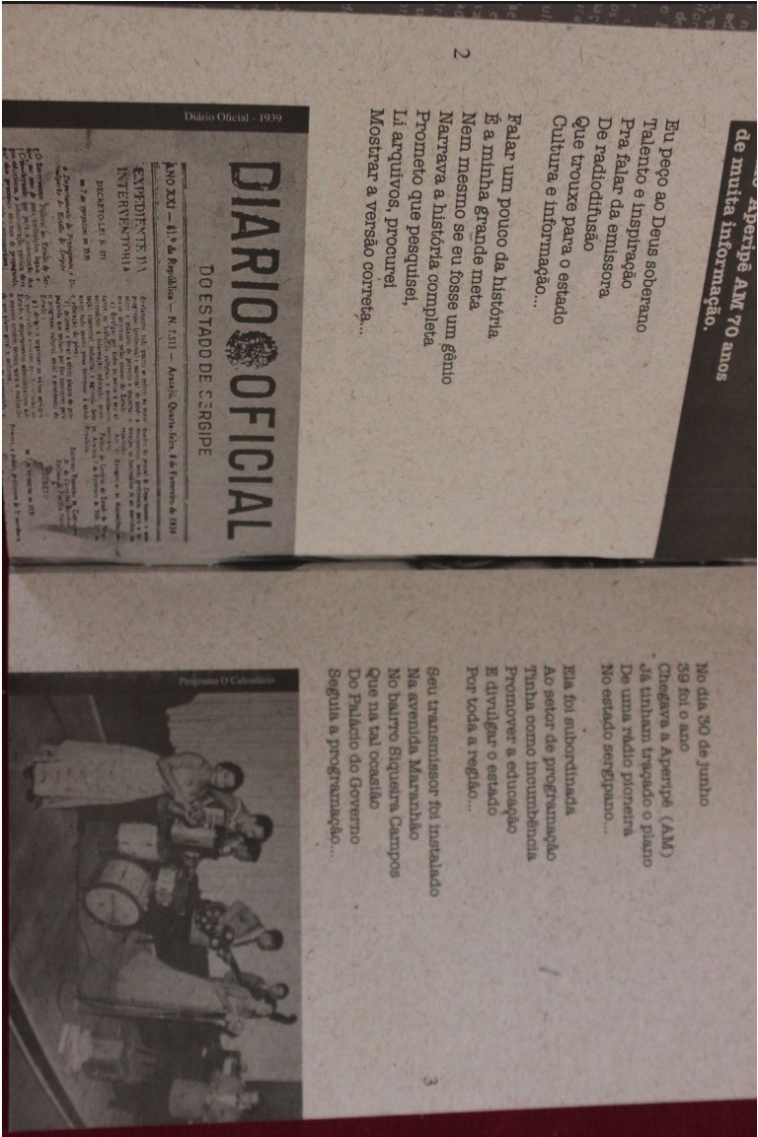
FUNÇÕES DE CONFIANÇA		
DENOMINAÇÃO	SÍMBOLO	QUANTIDADE
Chefe de Divisão	FCO-10	03

Documento 4 – Cordel que conta a história da Rádio Aperipê

Cordel escrito por Chiquinho de Além Mar para comemorar os 70 anos da Rádio Aperipê AM.







A emissora abriu as portas
Para os artistas locais
Que faziam os seus shows,
Apresentações musicais,
Concertos, bailes, orquestras
Manifestações culturais...

A emissora fomentava
Cultura e também lazer
Dava informação ao povo
Pra o povo poder dizer
Que a Aperipê AM
Ouvir é sempre um prazer...

4

Vou citar alguns artistas
Que ficaram para a história
Que na Aperipê AM
Tiveram uma trajetória
Que até hoje são lembrados
Estão em nossa memória...

João Melo, Dalva Cavalcante,
Guaracy Leite e Dão,
O conjunto Águias de Bronze,
E o Manoel Araújo,
O França e o Bissextno,
Erão pura animação...

Ainda tinha outro artista
Carnera e seu Regional
Tinha um diretor artístico
Talentoso e legal
Alfredo Gomes na rádio
Era um sucesso total...

5

A rádio por um período
Teve seu nome mudado
Para PRJ-6
Difusora do Estado
Mas o nome Aperipê
Foi logo reimplantado...

Isso em 44
Por decreto Oficial
Augusto Maynard Gomes
O interventor federal
Publicou a nova lei (n° 171)
No Diário Oficial...

Placa Inaugural da Aperipê AM

RÁDIO DIFUSORA DE SERGIPE
-PR.JG-
ESTES ESTÚDIOS FORAM INSTALA-
DOS NA ADMINISTRAÇÃO DO EXMO.
SNR. INTERVENTOR FEDERAL CEL.
AUGUSTO MAYNARD GOMES A. 5/3/44

E os primeiros programas
Foram levados ao ar
"Quem é Bobo" foi destaque
Pra quem queria dançar
"Conversas de Namorado"
Pra quem estava a amar...

Tinham grandes locutores
Que eu vou citar pra vocês
Que também fizeram parte da
PRJ-6
Vou falar o nome deles
Cada um na sua vez...

6

João Bezerra, Sodré Júnior,
Foram grandes locutores
Tinha Marques Guimarães,
Santos Santana e os produtores:
Santos Souza e Zé Augusto (José Augusto Garde)
Foram grandes professores...

Vários músicos ajudaram
No impulso inicial
Pinduca e sua orquestra,
Manoel Fubá, Carvalho,
Seu Oscar e tantos outros
Foi um triunfo cultural...

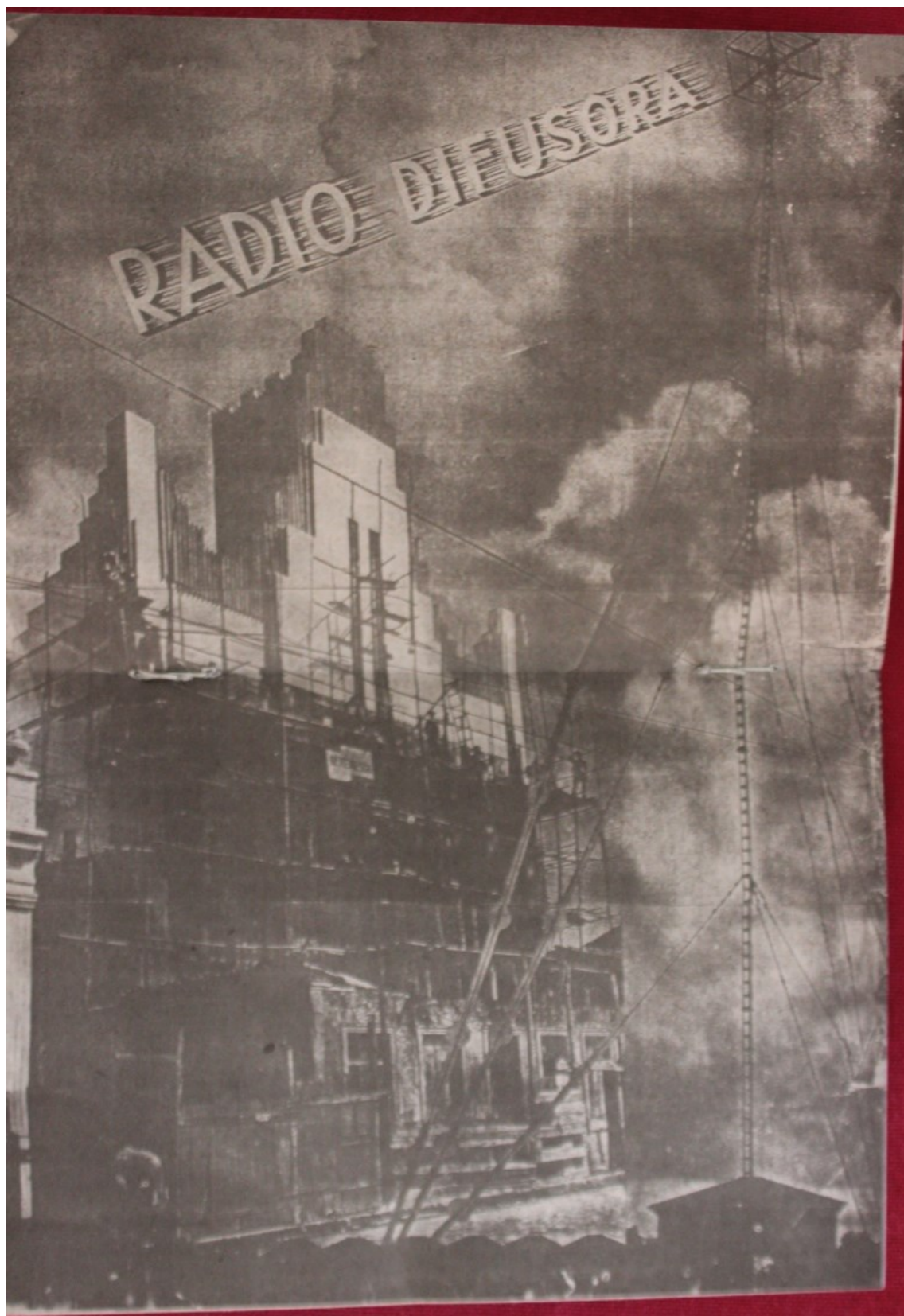
A rádio era exigente
Na sua contratação
Os candidatos tinham que
Ter boa disposição
E depois passar por um
Teste de audição...

A rádio que foi destaque
Na sua programação
Era unanimidade
Por toda a região
Os programas agradavam
A toda população...

7

O "Cooperativismo em Foco"
Teve um papel marcante
O conteúdo do programa
Era muito interessante
José Carvalho à frente
Também foi muito importante...





O programa fez história
Eu tenho que ressaltar
Recordista mundial
53 anos no ar
Vou pedir pra o Guinness Book
Esse feito registrar...

E o "Festa na Casa Grande"
Era outro programão
25 anos no ar
Foi líder na região
Apresentado por Josa
"O Vaqueiro do Sertão" ...

10

Nairson Meneses trouxe
Uma grande inovação
Com o programa "Disque Disco"
Fazia a interação
Com o povo que ligava,
Para ouvir sua canção...

Outro programa no rádio
De prestígio muito alto
Esse programa e o rádio
Deram juntos grande salto,
Com Meloso e Clemilda
Foi o Forró no Asfalto...



O programa que já tem
3 décadas de duração
35 anos de idade
Com a mesma formatação
Com seu estilo raiz:
Forró, xaxado e baião...

O "Aquarela Nordestina"
Vive seu grande apogeu
Sucesso desde 90
O sergipano aprendeu
A ouvir o que é nosso
E gostar do que é seu...

12

Hamilton Leandro foi,
O 1º apresentador
Depois Luciano Alves
Fora o seu sucessor,
E o professor José Augusto
Fé seu grande curador...

O jornalismo era forte
Tinha um bom noticiário
Alfredo Gomes fazia
Sempre o seu comentário
Que agradava a todo mundo
Do motorista ao bancário...



Programa O Calendário

José Augusto Garcez
Fazia apresentação
Santos Souza com seus textos
Ganhou admiração
Ainda hoje é lembrado
Por toda a população...

O programa "Rancho Alegre"
Nos trouxe muita alegria
A música do campo é boa
A qualquer hora do dia
Com a aquela voz marcante
Do Francisco Melodia...

13

De pouco em pouco a rádio
Com seus programas crescia
Tinha o programa de saúde
Com o doutor José Maria
Era um rádio muito bom
Audiência noite e dia...

Outro programa marcante
Para o povo sergipano
Silva Lima comandava
Um programa soberano
Foi líder de audiência
O "Informativo Cinzano" ...

De outro líder de audiência
Vou fazer o comentário
Era um programa querido
Muito mais do que diário
Era muito badalado
O programa "O Calendário"...

O esporte sempre foi
Na rádio bem comentado
Futebol na Aperiipê
É sucesso consagrado
E tudo que acontece
Nos campos do nosso estado...

14

Destaco o "Show Esportivo"
Que fez sucesso bem cedo,
Priorizar nosso esporte
Foi esse o grande segredo
São 30 anos de vida,
Com o Raimundo Macedo...

Emanuel Correia da Silva
Com o "Momentos de Luz"
Nos passa: Paz, harmonia,
E alto astral reproduz
Está na casa há 10 anos
Vários ouvintes seduz...



José Eugênio

Vou citar uns personagens
Dentro desta narração
Que foram muito importantes
Para a radiodifusão
Que serão eternizados
Na nossa instituição...

Daniel Vieira de Melo,
José Eugênio de Jesus,
São peças muito importantes
Na história que eu expus.
O homem é reconhecido
Por aquilo que produz...

Essa é a nossa rádio
Pertence a população
Nos passa sabedoria;
É pura educação
Para mim, para você
Na rádio AM Aperiipê
É cultura e informação...

Ao longo de 7 décadas
Vamos manter na memória
Todo o seu conteúdo
E toda sua trajetória.
Vamos todos celebrar
Com um bom vinho brindar
70 anos de história.

15

Documento 5 – Carta de Brasília 2014.

Carta de Brasília 2014

Renovando compromissos com o fortalecimento do campo público de comunicação

Nós, trabalhadores e trabalhadoras e representantes de emissoras do campo público de comunicação (rádios e TVs comunitárias, educativas, públicas, universitárias, legislativas), gestores, movimentos sociais, ativistas, militantes, acadêmicos, realizadores audiovisuais, parlamentares, cidadãos e cidadãs reunidos no Fórum Brasil de Comunicação Pública 2014, vimos por meio desta Carta reafirmar os compromissos assumidos há sete anos na Carta de Brasília e apresentar novos desafios para o setor.

A intenção deste Fórum é reunir não mais por plataformas, mas por interesses comuns, o campo público de comunicação, formado por emissoras e produtoras que compartilham ideais de uma comunicação democrática, autônoma, plural, participativa, inovadora e comprometida com a sociedade e seus interesses. Depois de importantes encontros setoriais, como os dois Fóruns Nacionais de TVs e o Fórum Nacional de Rádios Públicas, hoje nos unimos para fortalecer as lutas e avançar nos desafios que ainda limitam a plena atuação do campo público no Brasil.

Compreendemos que o fortalecimento da Comunicação Pública passa inexoravelmente pela importância do Estado brasileiro, em todos os seus poderes, assumir o relevante papel que este campo cumpre para a construção da cidadania, da democracia e para a consolidação de um projeto nacional de desenvolvimento soberano, com protagonismo e participação social no Brasil.

A consolidação de um Sistema Público de Comunicação forte e diverso é um dos pilares da democratização da comunicação no Brasil, que depende principalmente de um novo marco legal para o setor que, entre outros aspectos, regulamente o Art. 223 da Constituição Federal no que diz respeito à garantia da complementariedade dos sistemas público, privado e estatal, em conformidade com a proposta aprovada na 1ª Conferência Nacional de Comunicação de uma distribuição equitativa do espectro. Só assim será possível, de fato, impulsionar a diversidade e a pluralidade existente no ecossistema midiático brasileiro, ainda carente de uma expressão não comercial.

É fundamental ressaltar que, em grande parte, as resoluções aprovadas na 1ª Confecom ainda não foram transformadas em políticas públicas, e que isso representa um atraso para o campo. É urgente uma política de comunicação que descriminalize a radiodifusão comunitária, amplie recursos para o fomento da comunicação pública e garanta a universalização do acesso a estes conteúdos pela população, dentre outras pautas ligadas à luta pelo reconhecimento da comunicação como um direito humano.

Neste sentido, num momento em que a sociedade reivindica instrumentos para fortalecer os mecanismos de democracia participativa no Brasil, este Fórum de Comunicação Pública

recomenda que o novo Ministro das Comunicações estabeleça canais efetivos de diálogo com as organizações da sociedade no debate sobre as políticas de comunicação do país.

Consideramos ainda que a luta para promover um cenário mais plural na mídia brasileira exige aprofundarmos a unidade dos movimentos sociais e entidades que compõem o campo público de comunicação, para defender os princípios que devem reger a Comunicação Pública e os instrumentos para garantir a sua realização.

Dentre os quais destacamos:

- Garantir a autonomia política, editorial e a laicidade de todas as emissoras do campo público.
- Garantir que o processo de liberação e regulamentação da Contribuição para o Fomento da Comunicação Pública seja transparente e participativo, para que seus recursos sejam distribuídos a partir de critérios definidos pelo conjunto de emissoras, de acordo com as necessidades de cada segmento que compõe o campo público e de forma que este recurso seja acrescido ao já destinado originalmente a cada rádio ou TV.
- Exigir que o Estado brasileiro cumpra o seu papel de garantir a liberdade de expressão, destinando recursos para fomentar a comunicação pública, educativa e comunitária, inclusive destinando parte das verbas publicitárias do governo federal para o campo público de comunicação.
- Garantir que todas as emissoras do campo público sejam geridas por conselhos com participação da sociedade civil e dos seus trabalhadores e trabalhadoras, eleitos de maneira democrática e transparente, e que contem com instrumentos de consulta e participação periódicos, como audiências e consultas públicas, resguardadas as características de cada segmento.
- Garantir imediatamente a presença das emissoras do campo público em sinal aberto em todo o país e, também, a reserva de espectro na migração para o sistema digital, priorizando a visibilidade das emissoras do campo público.
- Garantir a implementação de um Operador de Rede Público Único e Gratuito para viabilizar a distribuição dos sinais de emissoras que compõem o campo, assegurando a oferta de conteúdos nas plataformas convergentes.
- Garantir a diversidade étnica, racial, geracional, religiosa, regional, de gênero e de orientação sexual da sociedade brasileira e a produção independente na programação das emissoras públicas.
- Garantir canais permanentes e inovadores de diálogo e espaços de veiculação especialmente dedicados à comunicação e cultura colaborativas e ao jornalismo participativo, ampliando os mecanismos diretos de participação social nas mídias públicas e garantindo a presença de produções e conteúdos de interesse público realizadas por indivíduos, grupos, redes e organizações da sociedade civil.
- Garantir a integração das plataformas convergentes, a multiprogramação, a otimização do espectro, a mobilidade e a interatividade em todas as emissoras do campo público de comunicação.

- Garantir que o padrão de rádio digital brasileiro seja aberto e democrático e que promova a tecnologia nacional.
- Garantir a imediata anistia a todos os envolvidos nos processos criminais por transmissão não autorizada de sinais de radiodifusão e tratamento isonômico para os radiodifusores comunitários nos processos de outorga.
- Valorizar os recursos humanos das emissoras do campo público de comunicação e respeitar o direito dos trabalhadores e trabalhadoras, considerando as diferentes realidades existentes no campo.

Fórum Brasil de Comunicação Pública 2014

Brasília, 14 de novembro de 2014.

Documento 6 – Proposta de reestruturação da Fundação Aperipê

Estado de Sergipe

Assembleia Legislativa

.

Projeto de Lei n.º _____, de ____ de _____ 2010

Altera e acrescenta dispositivos à Lei n.º 5.696, de 07 de julho de 2005, que dispõe sobre organização básica da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, e dá providências correlatas.

GOVERNADOR DO ESTADO DE SERGIPE:

Faço saber que a Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe aprovou e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. A Lei n.º 5.696, de 07 de julho de 2005, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“CAPÍTULO II

DA FINALIDADE E DA COMPETÊNCIA

Art. 4º. A Fundação Aperipê de Sergipe integrará a Rede Nacional de Comunicação Pública/Televisão – RNCP/TV prevista pela lei Federal n.º 11.652 de 7 de abril de 2008, e tem por finalidade a promoção, organização, execução e administração, abrangendo operacionalização, de programas e projetos de desenvolvimento e expansão das ações e atividades

de comunicação, através do sistema de Rádio, Televisão e Internet e mídias existentes e que venham a existir, prestando serviços de transmissão de sons (radiodifusão sonora) e de transmissão de sons e imagens (televisão e internet e dados).

§ 1º Os serviços da Fundação Aperipê de Sergipe, devem ter finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e ser considerados de interesse público, permitida a participação comercial a título de apoio cultural, desde que não exibam:

I - mensagens que exibam, ou estimulem o apelo erótico, a intolerância, o preconceito, o constrangimento público e a violência contra qualquer ser vivo;

II - bebidas alcoólicas, agrotóxicos, armas e cigarros, remédios que necessitem de receita médica ou qualquer produto que não tenha registro e aprovação nos órgãos públicos municipais, estaduais e federais;

III - mensagens comerciais destinadas às crianças que se baseiam no apelo explícito de pedidos aos pais para que comprem determinado produto.

§ 2º Os serviços permitidos, concedidos ou licenciados pela União, à Fundação Aperipê de Sergipe, não podem ser objeto de transferência, cessão, arrendamento ou alienação.

§ 3º. Ainda compreendem-se como finalidades da Fundação Aperipê de Sergipe:

I - a defesa e o aprimoramento integral da pessoa humana;

II- a promoção e a conscientização pública para proteção do meio ambiente;

III- a valorização das peculiaridades regionais e do folclore de nosso Estado e da produção independente;

IV- a divulgação das atividades culturais de artistas sergipanos, em seus programas de Rádio e Televisão, em percentual a ser estabelecido pelo Conselho Curador.

V – promover a participação da sociedade civil e o exercício da cidadania.

VI - promover a democratização dos meios de comunicação.

Art. 5.º Em face da sua finalidade, a Fundação Aperipê de Sergipe, não pode ser utilizada para:

I - fins eleitoral-partidários;

II - difusão de idéias ou fatos que incentivem recurso à violência e discriminação religiosa, políticos partidários, filosófica, étnica, de classe, gênero ou opção sexual.

Art. 6.º Para a consecução da sua finalidade, compete à Fundação Aperipê de Sergipe, a execução de atividades referentes à:

I- elaborar estudos e executar os serviços de transmissão de sons (radiodifusão) e de sons e imagens (televisão e internet) de interesse da sociedade sergipana;

II- divulgação de programas e informativos de interesse cultural, educativo, econômico e social da sociedade sergipana;

IV- divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas da Administração Pública de interesse social, bem como de matérias impostas pela legislação federal, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

V- respeito aos valores éticos, sociais, na promoção de uma política de direitos humanos como ferramenta para construção da cidadania;

VI- geração de programas de interesse educativo, artístico, cultural, científicos e informativos de interesse público.

VII- a promoção da cultura sergipana, estímulo à produção local e à produção independente;

VIII- oferecimento de mecanismos para o debate público acerca de temas de relevância

regional, nacional e internacional;

IX- o desenvolvimento da consciência crítica do cidadão mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora da cidadania;

X- o fomento da construção da cidadania, da consolidação da democracia e da participação da sociedade, garantindo direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação;

XI- o apoio a processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para a exibição de produções locais e independentes;

XII- a busca pela excelência em conteúdos e linguagens e desenvolvimento de formatos criativos e inovadores;

XIII- planejar, coordenar, controlar e executar as medidas necessárias à implantação e funcionamento do Sistema Estadual de Repetição e Retransmissão de Sinais de Televisão, Emissoras Educativas de Rádio e Transmissão de dados, de interesse da sociedade sergipana;

XIV- estabelecer cooperação e colaboração com entidades públicas, privadas e comunitárias entidade que explorem serviços de comunicação ou radiodifusão pública, mediante convênios ou outros ajustes;

XV- promover e estimular a formação e o treinamento de pessoal dos trabalhadores envolvidos nos processos de consolidação da Fundação Aperipê de Sergipe, necessário às atividades de radiodifusão, comunicação e serviços conexos;

XVI – planejar, coordenar, controlar e executar, todas as medidas necessárias à implantação e funcionamento do Sistema Público de Comunicação em Sergipe.

XVII– Autonomia com relação ao governo estadual e federal para definir sua produção, programação e distribuição de conteúdos.

CAPÍTULO III

DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL BÁSICA

Art. 7.º A Fundação Aperipê de Sergipe será gerida por um Conselho Curador e por uma Diretoria Executiva.

Parágrafo único. Na sua composição, a Fundação Aperipê de Sergipe contará ainda com um Conselho Fiscal e um Conselho de Programação.

CAPÍTULO IV

DA COMPOSIÇÃO, DA ESTRUTURA E COMPETÊNCIA DOS ÓRGÃOS

Seção I

DO CONSELHO CURADOR

“Art. 8. O Conselho Curador, órgão superior de natureza consultiva e deliberativa da Fundação Aperipê de Sergipe, será composto de 13 (treze) membros, escolhidos dentre brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 (dez) anos, de reputação ilibada e reconhecido espírito público, com a seguinte constituição:

I – Secretário do Estado da Educação;

II – Secretário do Estado da Comunicação;

III – Presidente da Fundação Aperipê de Sergipe;

IV – 03 (três) membros indicados pelos Sindicatos dos Jornalistas, dos Radialistas e dos Artistas,

devendo cada entidade ser representada por 01 (um) membro;

V – 06 (seis) representantes da sociedade civil, segundo critérios estabelecidos no § 3º desta seção;

VI – 01 (um) membro representante dos empregados da Fundação Aperipê de Sergipe., escolhido em eleição direta do corpo dos funcionários efetivos, com regulamento eleitoral formulado e aprovado pelos servidores em Assembléia.

§ 1º O Presidente do Conselho será escolhido pelos membros do Conselho Curador;

§ 2º Os membros do Conselho Curador serão nomeados pelo Governador do Estado;

§ 3º Os conselheiros indicados nos incisos V serão escolhidos através de uma consulta pública realizada mediante Edital Público a ser construído com participação da sociedade civil, devendo ter ampla divulgação e transparência, obedecendo os seguintes os parâmetros :

I- Poderão participar entidades da sociedade civil, devidamente registradas e com atuação dentro do Estado de Sergipe;

II - Cada entidade poderá indicar até 06 (seis) representantes;

III – Uma relação com o nome representantes indicados por cada sociedade deverá ser publicada no Diário Oficial e em Jornal de grande circulação no Estado;

§ 4º - Os representantes a que se referem os incisos V e VI terão mandato de três anos, permitida a recondução uma única vez;

§ 5º - As decisões do Conselho Curador serão tomadas por maioria simples;

§ 6º - O quorum de deliberação é o de maioria absoluta de seus membros;

§ 7º. Os atos do Conselho Curador, revestem-se da forma de Resolução, a ser assinada pelo seu

Presidente;

§ 8º Os membros do Conselho Curador exercerão seus mandatos de forma remunerada, por gratificação de presença ;

§ 9º Os demais membros da Diretoria Executiva deverão participar das reuniões do Conselho Curador, porém sem direito a voto;

§ 10º O Conselho Curador será responsável pelo estabelecimento das metas da Fundação, pela forma de sua execução, transparência da gestão e pelo controle do seu desempenho, objetivando a garantia de serviços públicos de qualidade e de interesse da Coletividade.”

“Art. 9. Ao Conselho Curador, compete basicamente:

I – Reformular e aprovar o Estatuto da Fundação, submetendo à homologação do Governador do Estado;

II - aprovar as suas resoluções e outros atos normativos;

III - aprovar o Regulamento de Pessoal da Fundação, submetendo à homologação do Governador do Estado;

IV - traçar as diretrizes da programação de acordo com as finalidades da Fundação Aperipê de Sergipe;

V – zelar para que a programação das emissoras da Fundação Aperipê de Sergipe se faça por essas diretrizes;

VI - aprovar os planos anuais de trabalho elaborados pela Diretoria Executiva;

VII - autorizar a aquisição, alienação, ou oneração de bens imóveis e, quando onerosos, a aceitação de doações, legados ou subvenções;

VIII - autorizar a Diretoria Executiva a praticar atos relativos à realização de operações de crédito, ouvido o Conselho Fiscal, devendo a decisão ser publicada no Diário Oficial do Estado e em jornal de circulação estadual, observada a legislação pertinente em vigor;

IX - autorizar a Diretoria Executiva a praticar atos relativos a celebração de convênios com órgãos ou entidades da Administração Pública Estadual, bem como com entidades públicas, privadas e comunitárias, nacionais ou estrangeiras, no interesse da Fundação;

X –aprovar o orçamento e fiscalizar-lhe a execução, aprovar as contas e os relatórios anuais da Diretoria Executiva e quaisquer outros que esta apresentar.

XI – decidir sobre a perda de representação ou mandatos nos órgão dirigentes da Fundação Aperipê de Sergipe;

XII – resolver casos omissos.”

Seção II

“Do Conselho Fiscal

“Art. 10. A Fundação Aperipê de Sergipe, como fundação pública, tem o seu Conselho Fiscal, composto por 03 (três) membros titulares e 03 (três) suplentes, escolhidos pelo Governador do Estado e por ele nomeados.

§ 1º. Os membros do Conselho Fiscal da FUNDAP/SE, não podem integrar o Conselho Curador da Fundação, tampouco cargos na respectiva Diretoria Executiva.

.....”

“Art. 11. Ao Conselho Fiscal , órgão de fiscalização e controle, compete basicamente:

.....

III - emitir parecer sobre assuntos de contabilidade e de gestão financeira, quando solicitado pelo Conselho Curador ou por membro da Diretoria Executiva;

.....”

Seção III

Da Diretoria Executiva

Art. 12. A Diretoria Executiva da Fundação Aperipê de Sergipe, órgão de direção e de administração superior, responsável pela gestão técnica, patrimonial, financeira, administrativa e operacional, será composta do Presidente 07 (sete) Diretores, a saber:

I- Diretor Administrativo e Financeiro;

II- Diretor de Marketing e Serviços;

III – Diretor de Operações Técnicas;

IV- Diretor da Rádio AM;

V – Diretor da Rádio FM;

VI – Diretor da Televisão;

VII - Diretor de Tecnologia da Informação;

Art. 13. Os membros da Diretoria Executiva terão mandato de 03 (três) anos, podendo ser reconduzidos por mais uma gestão, a depender do resultado positivo da avaliação obrigatória de seu desempenho.

§ 1º O Presidente da Diretoria Executiva será indicado pelo Conselho Curador e nomeado pelo

Governador do Estado, tendo um mandato de três anos, podendo ser também reconduzido por mais uma gestão na mesma forma do caput.

§ 2º Os demais Diretores serão indicados pelo Conselho Curador e nomeados pelo Presidente.

§ 3º Os membros da Diretoria Executiva poderão perder o mandato, dentre outros motivos e na forma prevista no estatuto, por inobservância da lei ou regulamento.

§ 4º Compete ao Governador do Estado destituir o Presidente, após apuração de sua responsabilidade pelo Conselho Curador, e a este Colegiado destituir os demais membros da Diretoria Executiva, em ambos os casos, nos termos do estatuto.

Art. 14. Os membros da Diretoria Executiva são responsáveis pelos atos praticados em desconformidade com a lei, com o Estatuto Social da Fundação e com as diretrizes emanadas pelo Conselho Curador.

Seção IV

Da Presidência

Art. 15. A Presidência da Fundação Aperipê de Sergipe, é exercida pelo Diretor-Presidente, a quem cabe a direção superior dos serviços administrativos, financeiros, técnicos e operacionais da Fundação.

.....

II - cumprir e fazer cumprir a legislação que estiver em vigor, o Estatuto, e as Resoluções do

Conselho Curador da Fundação;

.....

V - propor ao Conselho Curador a criação ou modificação de Unidades que integrem a estrutura organizacional da FUNDAP/SE bem como as alterações e transformações de cargos em comissão e funções de confiança, desde que não resultem em aumento de despesas;

.....;

VII - julgar, em primeira instância, os recursos interpostos pelos servidores da FUNDAP/SE, encaminhando ao Conselho Curador, conforme o caso, se julgar necessários;

VIII - autorizar a abertura de créditos suplementares, até o limite estabelecido em lei, submetendo à apreciação do Conselho Curador pedido de abertura de crédito acima dos limites legalmente previstos;

.....

XI - submeter à apreciação do Conselho Curador justificativa expondo sobre a necessidade de equipamentos, bens móveis e materiais permanentes em geral;

XII - promover a alienação, permuta e comodato dos bens móveis do FUNDAP/SE, observada a legislação pertinente;

.....

XIV - firmar contratos, celebrar convênios, acordos ou ajustes, após manifestação, se cabível, do Conselho Curador;

XV - prover as funções de confiança e os cargos em comissão, e, autorizado pelo Conselho Curador, admitir e demitir ou despedir os servidores da FUNDAP/SE, na forma da legislação e das normas regulamentares;

.....

XX - exercer outras atividades inerentes à Presidência, bem como as que forem regularmente conferidas ou determinadas pelo Conselho Curador.

.....”

Seção V

“Do Gabinete do Diretor-Presidente

Art. 16. Ao Gabinete do Diretor-Presidente - GDP, compete prestar apoio e assistência à Presidência da FUNDAP/SE, no desenvolvimento das suas atividades administrativas, políticas e de representação social, organizar o seu expediente e controlar a pauta e a realização de suas audiências, bem como realizar atividades de comunicação social, e executar outras atribuições correlatas ou do âmbito de sua competência, e as que lhe forem conferidas ou determinadas.

.....”

“Seção VI

Da Assessoria-Geral de Planejamento e Desenvolvimento Institucional

“Art. 17. À Assessoria-Geral de Planejamento e Desenvolvimento Institucional - AGEPLANDI, compete prestar assessoramento à Presidência, às Diretorias e aos demais órgãos da FUNDAP/SE, nos assuntos técnicos de natureza administrativa, orçamentária e financeira, bem como desenvolver as atividades de planejamento da Fundação, nas áreas de programação, estatística, pesquisa, gerencial, de orçamento, e também, as atividades de desenvolvimento institucional, e executar outras atribuições correlatas ou do âmbito de sua competência, e as que lhe forem conferidas ou determinadas.

.....”

“Seção VII

Da Coordenadoria Especial de Difusão de Projetos Educacionais e Culturais

Art. 18. À Coordenadoria Especial de Difusão de Projetos Educacionais e Culturais - CEDIPEC, compete prestar assessoramento à Presidência, às Diretorias e aos demais órgãos da FUNDAP/SE, nos assuntos técnicos referentes à difusão de projetos educacionais e culturais a cargo da Fundação, cabendo-lhe, também, atividades relacionadas à elaboração, seleção, encaminhamento, supervisão, programação, controle e difusão dos referidos projetos, e executar outras atribuições correlatas ou do âmbito de sua competência, e as que lhe forem conferidas ou determinadas.

.....”

“Seção VIII

Da Procuradoria Jurídica

Art. 19. À Procuradoria Jurídica - PROJUR, compete representar a Fundação Aperipê de Sergipe.....”

“Seção IX

Da Diretoria Administrativa e Financeira

Art. 20. À Diretoria Administrativa e Financeira - DAF,

Art. 21. A Diretoria Administrativa e Financeira - DAF, é dirigida, preferencialmente, por profissional de nível superior,.....”

“Seção X

Da Diretoria de Marketing e Serviços

Art. 22. À Diretoria de Marketing e Serviços, compete programar, coordenar, executar e acompanhar as atividades pertinentes aos assuntos técnicos referentes à captação de recursos, principalmente, mediante a utilização de espaços publicitários das emissoras de rádio e televisão da Fundação, sendo ainda responsável pelas ações de programação, supervisão e controle da utilização desses mesmos espaços publicitários, como forma de captação de recursos, e executar outras atribuições correlatas ou do âmbito de sua competência, e as que lhe forem conferidas ou determinadas.

Art. 23. A Diretoria de Marketing e Serviços, é dirigida, preferencialmente, por profissional de nível superior, e, como órgão instrumental da Fundação, funciona estruturada nas seguintes subunidades orgânicas:

.....”

“Seção XI

Da Diretoria de Operações Técnicas

Art. 24. À Diretoria de Operações Técnicas, compete programar,
.....”

“Art. 25. A Diretoria de Operações Técnicas é dirigida, preferencialmente, por profissional de nível superior.”

“Seção XII

Da Diretoria da Rádio AM

Art. 26. À Diretoria da Rádio AM, compete ...”

“Seção XIII

Da Diretoria da Rádio FM

Art. 27. À Diretoria da Rádio Aperipê, compete ...”

“Seção XIV

Da Diretoria da Televisão

Art. 28. À Diretoria da Televisão, compete ...”

“Seção XVI

Da Diretoria de Tecnologia da Informação

Art. 29. À Diretoria de Tecnologia da Informação, compete ...”

“Seção XVII

Do Conselho de Programação

Art. 30. O Conselho de Programação é o órgão de apoio, controle e assessoramento da Fundação Aperipê de Sergipe, para análise dos programas educativos, artísticos, culturais, científicos e informativos a serem veiculados pelas emissoras pertencentes à fundação e é composto de 06 (seis) membros e igual número de suplentes.

§ 1º Os membros do Conselho de Programação serão escolhidos e nomeados pelo Conselho Curador, para um mandato de três anos, podendo ser reconduzidos por uma única vez.

§ 2º A composição do Conselho de Programação, assim como as competências específicas serão estabelecidas pelo Conselho Curador.

§ 3º Os membros do Conselho de Programação exercerão sua função de forma não remunerada.”

“CAPÍTULO IV

DO PATRIMÔNIO

Art. 31. O patrimônio da Fundação Aperipê Sergipe será constituído dos bens, equipamentos e instalações integrantes do acervo da FUNDAP, de natureza jurídica de direito público.

§ 1º Os bens, as instalações e os equipamentos e os direitos de que trata o caput somente poderão ser utilizados para funcionamento e manutenção da Fundação.

§ 2º Os bens e direitos que forem adquiridos, doados ou legados, durante o período de duração da fundação, serão incorporados ao patrimônio desta.

§ 3º Extinguindo-se a Fundação Aperipê de Sergipe, por força de lei específica, seu patrimônio será incorporado ao patrimônio do Estado de Sergipe.”

“CAPÍTULO VI

DA RECEITA

Art. 32. A receita da Fundação Aperipê de Sergipe será constituída dos recursos de Secretaria de Estado da Educação, mediante orçamento proposto pelo Conselho Curador e aprovado pela Assembléia Legislativa, bem como de valores oriundos de auxílios, subvenções, transferências e repasses públicos, créditos especiais e de outras receitas, conforme previsto em seus respectivos estatutos, inclusive as resultantes da alienação de bens e da aplicação de valores patrimoniais, operações de crédito, doações, legados, acordos, contratos, convênios com entes públicos e privados nacionais e internacionais e fundo específico.

Parágrafo Único. A Fundação Aperipê de Sergipe será custeada ainda com recursos provenientes das seguintes fontes:

I – de apoio cultural de entidades de direito público e de direito privado, sob a forma de patrocínio de programas eventos e projetos;

II – de publicidade institucional de entidades de direto público e de direito privado, vedada a veiculação de anúncio de produtos ou serviços e merchandising de acordo com o § 1º do Artigo 4º deste Estatuto;

III - venda de produtos e sub-produtos criados a partir de elementos da programação;

IV – licenciamento e prestação de serviços específicos, como produção de vídeos institucionais, tele-informação;

V – prestação de assessoria específica para áreas correlatas, tais como projeto, instalação e manutenção de emissoras de caráter público;

VI – de doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados por pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado;

VII – da distribuição da publicidade legal dos órgãos e entidades da administração pública estadual, que, por força de lei ou regulamento, estejam obrigados a dar publicidade à sociedade;

VIII – de recursos provenientes de acordos e convênios que realizar com entidades nacionais e internacionais, públicas ou privadas;

IX – de rendas provenientes de outras fontes.”

“Art. 33. O Estado constituirá um Fundo Específico para custeio, manutenção e investimento da Fundação Aperipê de Sergipe da seguinte forma:

I – O Estado fará consignar anualmente, no orçamento vinculado à Secretaria de Estado da Comunicação Social o repasse de 15% (quinze por cento) das verbas referente à publicidade institucional para a Fundação Aperipê de Sergipe;

II - O Estado fará consignar , também, anualmente, no orçamento vinculado do Detran/SE - DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DE SERGIPE, repasse de verbas destinadas à educação no

trânsito;

III - A criação de outros convênios de cooperação técnica.”

“CAPÍTULO VII

DOS PRINCÍPIOS BÁSICOS DO REGIME FINANCEIRO

Art. 36. O regime financeiro da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, segue os seguintes princípios básicos:

.....

II - podem ser abertos créditos adicionais durante o exercício, desde que a necessidade das atividades da FUNDAP/SE exijam e sejam autorizados pelo Conselho Curador, observadas as normas legais;

III - os saldos de cada exercício financeiro devem ser lançados no fundo patrimonial ou em contas especiais, em conformidade com as decisões do Conselho Curador;

IV - os Planos e Programas de Trabalho aprovados pelo Conselho Curador, cuja execução possa ultrapassar o final do exercício, devem constar, obrigatoriamente, no orçamento subsequente;

V - anualmente, deve ser feita a prestação de contas da Fundação, apresentada pelo Diretor-Presidente da FUNDAP/SE ao Conselho Curador para apreciação e julgamento, a ser encaminhada à Secretaria de Estado da Fazenda e ao Tribunal de Contas do Estado, em cumprimento ou de acordo com a legislação pertinente.”

“Art. 37. A movimentação dos recursos financeiros
.....”.

“CAPÍTULO VIII

DO PESSOAL

Art. 38. Os serviços da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, devem ser desempenhados por pessoal próprio, ocupante de cargos integrantes dos respectivos Quadros da Fundação, administrados segundo as normas do Plano de Cargos, Funções e Vencimentos ou Salários da Administração Direta, Autarquias e Fundações Públicas, do Poder Executivo Estadual, e por pessoal de outros órgãos ou entidades da Administração Pública, cedidos ou colocados à sua disposição, na forma da correspondente legislação.

§ 1º A Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, deve ter um Quadro Geral de Pessoal, compreendendo o Quadro Permanente de Cargos Efetivos, o Quadro de Cargos em Comissão e o Quadro de Funções de Confiança, exclusivamente de cargos e funções da própria Fundação, definidos e caracterizados por denominação e respectivas especificações.

§ 2º. Para os efeitos do disposto no "caput" deste artigo, o pessoal da FUNDAP/SE compreende:

I - servidores integrantes do seu Quadro Permanente de Cargos Efetivos, e os que vierem a ser admitidos para o referido Quadro Permanente, de acordo com a respectiva legislação, mediante concurso público;

II - servidores públicos que vierem a serem redistribuídos para os seus Quadros de Cargos Efetivos, desde que sujeitos ao mesmo regime jurídico do seu pessoal efetivo, oriundos da Administração Direta, de Autarquia ou de outra Fundação Pública do Estado de Sergipe;

III - servidores integrantes do seu Quadro de Cargos em Comissão; e

IV - servidores de outros órgãos ou entidades da Administração Pública, cedidos ou colocados à sua disposição, nos termos da legislação pertinente, os quais, porém, não integram o Quadro Permanente de Cargos Efetivos da FUNDAP/SE, não ocupando os respectivos cargos.

§ 3º. O regime jurídico dos servidores da FUNDAP/SE, é o do Estatuto dos Funcionários Públicos Civis do Estado de Sergipe, ressalvadas as situações diferentemente estabelecidas em lei.”

“Art. 39. Esta Lei altera o Quadro de Cargos Efetivos e Permanentes da Fundação Aperipê, mediante transposição dos 123 (cento e vinte e três) cargos pertencentes ao quadro da Fundação Aperipê, conforme anexo I, desta Lei e a criação de novos cargos.

§ 1º. Mediante transformação dos respectivos cargos, os servidores serão incluídos nas classes ou categorias cujas atribuições sejam correlatas com as dos cargos ocupados na data de vigência desta lei, observada a escolaridade, a especialização ou a habilitação profissional exigida para o ingresso, sendo que os cargos constantes da coluna “Situação Atual” ficam com a nomenclatura alterada para a constante da coluna “Situação Nova”, conforme anexo I.

§2. As atribuições de cada um dos cargos do Quadro de Pessoal da Fundação Aperipê de Sergipe estão descritas no Anexo I.

§ 3º. O perfil profissional e ocupacional, parte integrante de cada cargo devidamente identificado no anexo II desta Lei, vincula-se diretamente à natureza do cargo decorrente da especificidade da habilitação exigida para o seu provimento, bem como da complexidade das atribuições a ele inerentes, originárias das ações e serviços que constituem a função de transmissão de sons (radiodifusão) e sons e imagens (televisão).

§ 4º O servidor será enquadrado no prazo de 90 (noventa) dias, após a aprovação desta Lei.

§ 5º. O servidor que se julgar prejudicado em seu enquadramento poderá dele recorrer, no prazo de 30 (trinta) dias contados da data de publicação de seu enquadramento, mediante petição fundamentada e documentos comprobatórios que caracterizem os fatos alegados e possibilitem, se for o caso, a reconsideração do ato.

§ 6º. Constatando-se a procedência da retificação do enquadramento do servidor, esta será realizada com efeitos financeiros retroativos à data do enquadramento a que o servidor teria

direito, nos termos desta Lei.”

“Art. 40 Ficam mantidos todos os cargos criados anteriores a esta Lei, conforme quantitativo total constante do anexo I desta Lei.”

“Art.41. Ficam extintas todas as vantagens e benefícios não previstos nesta Lei.”

CAPITULO IX

DA JORNADA DE TRABALHO E DA REMUNERAÇÃO

Art. 42. A jornada de trabalho dos servidores da Fundação Aperipê de Sergipe, com exceção dos ocupantes de cargos com jornada especial de trabalho, fixada por lei federal que regulamente a profissão no âmbito nacional.

§1º. Fica estabelecida a jornada de 05 (cinco) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais de trabalho, em regime de plantão, para os servidores que ocupem o cargos com funções equiparadas às de jornalistas constante no anexo II;

§2º Fica estabelecida a jornada de 05 (cinco) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais para os servidores que ocupem o cargo com funções equiparadas às de radialista na área artística, e com e 06 (seis) horas diárias e 36 (trinta e seis) semanais para os servidores que ocupem o cargo com funções equiparadas às de radialista na área técnica, de acordo o anexo II ,em turnos de plantão turnos esses fixados em escalas estabelecidas pela Presidência da Fundação Aperipê, de acordo com a necessidade do serviço e a conveniência da Administração.”

“Art. 43. O sistema de remuneração dos servidores da Fundação Aperipê, com exceção dos ocupantes de cargos da área administrativa, estrutura-se através de tabelas remuneratórias contendo os padrões de subsídios fixados em razão da natureza, grau de responsabilidade e complexidade, e dos requisitos exigidos para ingresso em cada cargo da carreira profissional.

Parágrafo único. As tabelas remuneratórias dos profissionais citados no caput deste artigo constam do anexo III, desta Lei.”

“At. 44. Os servidores estaduais civis, ocupantes de cargos de provimento efetivo ou de empregos, dos respectivos Quadros de Cargos Permanentes, e de cargos de provimento em comissão, integrantes da lotação da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP, ou mesmo os cedidos ou colocados à sua disposição, que estiverem em efetivo exercício de atividades técnico-administrativas, incluindo programação, projeto, planejamento, execução, coordenação, acompanhamento, avaliação, controle e demais atividades correlatas, nos órgãos da estrutura administrativa da Fundação Aperipê de Sergipe, fazem jus, mensalmente, a uma Gratificação de Apoio à Atividade Administrativa da FUNDAP – GAAP, de acordo com este artigo, passando a integrar a vantagem que tem denominação de Gratificação Especial de Atividade Funcional, nos termos da Lei nº 5.279, de 28 de janeiro de 2004.

§ 1º. Os servidores de que trata o caput deste artigo, para efeito de percepção da referida GAAP, devem exercer as respectivas atividades em jornada de trabalho que atenda à necessidade ou interesse do serviço e à conveniência administrativa sem prejuízo do horário regular de expediente.

§ 2º. As condições de percepção e/ou critérios de atribuição e as bases ou referências de cálculo e de valor da GAAP, a que se refere o caput deste artigo, devem ser estabelecidos mediante Lei específica.

§ 3º. No caso de acumulação de cargos ocupados pelo servidor e exercício nas respectivas atividades, a GAAP, trata neste artigo, somente pode ser percebida em relação a um dos cargos.

§ 4º. A GAAP não integra a base de cálculo de qualquer outra gratificação, adicional ou vantagem pecuniária que o servidor ou os seus beneficiários percebam ou venham a perceber.

§ 5º. Aos servidores beneficiados com a GAAP, na forma deste artigo, fica vedada a concessão

do Adicional de Desempenho instituído nos termos do art. 6º da Lei nº 3.048, de 30 de setembro de 1991, e legislação pertinente posterior.

§ 6º. A referida gratificação é devida aos servidores que gozarem de licença prevista em lei, inclusive ao dirigente sindical, excetuadas as licenças destinadas ao trato de interesses particulares.

§ 7º. Aos servidores beneficiados com a GAAP, na forma deste artigo, fica vedada a concessão do Adicional de Desempenho instituído nos termos do Art. 6º da Lei nº 3.048, de 30 de setembro de 1991, e legislação pertinente posterior.

§ 8. Gratificação de Apoio à Administrativa da FUNDAP – GAAP, de que trata este artigo, inclui-se no cálculo de proventos integrais e proporcionais, na mesma forma, e com as mesmas exigências e condições nas quais se inclui o Adicional de Desempenho, conforme o disposto no art. 2º da Lei Complementar nº 34, de 20 de junho de 1997, alterado pela Lei Complementar nº 59, de 10 de janeiro de 2001, com a denominação de Gratificação Especial de Atividade Funcional - GEAF, decorrente de unificação estabelecida pela Lei nº 5.279, de 28 de janeiro de 2004, considerando-se, também, para o respectivo período de percepção da mesma GAAP, necessário à obtenção do citado benefício de inclusão no cálculo dos proventos, o tempo anterior que tenha sido percebido o referido Adicional de Desempenho.”

“CAPÍTULO IX

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS, TRANSITÓRIAS E FINAIS

“Art. 45. A Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, como Fundação integrante da Administração Pública Estadual, com personalidade jurídica de direito público, goza, inclusive com relação aos seus bens, rendas e serviços, das prerrogativas, imunidades, isenções e direitos legalmente previstos.”

“Art. 46 As competências e atribuições estabelecidas nesta Lei não excluem o exercício ou

desempenho de outras que, legal ou regularmente, decorram da atuação ou funcionamento da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, para a realização de sua finalidade e exercício de sua competência.”

“Art. 47. O detalhamento da organização, das competências, das atribuições e do funcionamento das unidades integrantes da estrutura da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, e a discriminação das atribuições funcionais dos respectivos dirigentes, bem como as alterações ou modificações que se fizerem necessárias, devem ser estabelecidos no Estatuto da Fundação, a ser proposto por seu Diretor-Presidente à aprovação do Conselho Deliberativo, e posteriormente, submetido à homologação do Governador do Estado.”

“Art. 48. Os servidores da própria Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, bem como aqueles que estejam cedidos ou colocados à sua disposição, devem ser localizados ou distribuídos nos seus diversos órgãos ou unidades, ou designados para os seus serviços, por ato do Diretor-Presidente da Fundação.”

“Art. 49. Para organização e funcionamento da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, ficam estabelecidos, na forma desta Lei, os Quadros de Cargos Comissionados de Diretores Executivos, de Cargos em Comissão e de Funções de Confiança da mesma FUNDAP/SE.

.....”

“Art. 50. O Diretor-Presidente da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, com aprovação prévia do seu Conselho Curador, e mediante ato fundamentado, quanto aos cargos em comissão e funções de confiança constantes dos Anexos III e IV desta Lei, pode, desde que, obrigatoriamente, não resulte em aumento de despesa:

.....”

“Art. 51. Os cargos de provimento efetivo da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, somente devem ser criados por lei e providos mediante concurso público, de acordo com a

legislação pertinente.

.....”

“Art. 52. O Poder Executivo deve promover as medidas necessárias para efetivação dos procedimentos orçamentários e financeiros decorrentes da execução ou aplicação desta Lei, correndo, as respectivas despesas, à conta de dotações consignadas no Orçamento do Estado para o mesmo Poder Executivo.”

“Art. 53. No caso em que venha a ocorrer a extinção da Fundação Aperipê de Sergipe - FUNDAP/SE, passam para o Estado de Sergipe todos os seus bens, móveis e imóveis, direitos, obrigações e patrimônio, revertendo para a Fazenda Pública Estadual as suas dotações orçamentárias e recursos financeiros, salvo disposição expressa em lei.”

“Art. 54. As normas regulamentares e as instruções e orientações regulares, que se fizerem necessárias à aplicação ou execução desta Lei, devem ser expedidas mediante atos do Poder Executivo.”

Art. 2º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º. Revogam-se as disposições em contrário.

Aracaju, ____ de _____ de _____;

MARCELO DÉDA CHAGAS

GOVERNADOR DO ESTADO

Documento 7 – Grades de Programação das Emissoras Sergipanas

Abaixo trazemos as grades das programações das emissoras sergipanas de TV aberta e da TV ALESE. Como as programações das emissoras são feitas por faixas de horário, escolhemos a programação de sexta-feira para representar a programação de segunda à sexta. Uma vez que na maioria dos casos, muda a atração mas a faixa reservada é a mesma.

APERIPÊ

Segunda à Sexta

00:30 NOVA AMAZÔNIA
 02:00 ESTÚDIO MÓVEL (reprise)
 02:30 SEM CENSURA (reprise)
 04:00 TELECURSO TECENDO O SABER
 04:30 TELECURSO ENSINO MÉDIO
 04:45 TELECURSO ENSINO FUNDAMENTAL
 05:00 TELECURSO TEC
 05:15 TELECURSO PROFISSIONALIZANTE
 05:30 CAMINHOS DA REPORTAGEM
 06:00 ES RURAL
 06:30 SEMENTES
 06:30 PARA TODOS
 07:15 LALÁ
 07:17 THOMAS E SEUS AMIGOS
 07:33 BARNEY
 08:00 JORNAL VISUAL
 08:15 LALA
 08:17 THOMAS E SEUS AMIGOS
 08:33 BARNEY
 09:00 IGARAPÉ MÁGICO
 09:12 BATATINHAS
 09:15 ANGELINA, A BAILARINA
 09:30 SARAH E O PATO
 09:43 TEATRO DAS FÁBULAS
 09:53 PEIXONAUTA
 10:03 OS CUPINS
 10:17 INVASÃO PLANKTON
 10:25 O PEQUENO EINSTEIN
 11:30 GAROTAS APAIXONADAS
 12:00 REPÓRTER BRASIL (tarde)
 12:30 SERGIPE EM DEBATE
 13:00 TCE NA TV
 13:15 ANABEL
 13:30 IGARAPÉ MÁGICO

13:42 SARAH E O PATO
 13:47 HISTORIETAS ASSOMBRADAS
 13:56 TEATRO DAS FABULAS
 14:05 OS CUPINS
 14:25 O PEQUENO EINSTEIN
 14:30 GAROTAS APAIXONADAS
 15:30 Espaço Dividido
 16:00 SEM CENSURA
 16:30 Diverso
 18:00 Estúdio Móvel
 18:30 CONEXÃO APERIPÊ
 19:00 EXPRESSÃO
 21:00 Repórter Brasil (noite)
 22:00 Nação
 23:00 WINDECK

Sábado

01:00 A TV QUE SE FAZ NO MUNDO
 01:30 A TV QUE SE FAZ NO MUNDO
 07:00 RIO GRANDE RURAL
 08:00 CONCEITO DE VIDA
 08:30 SALTO QUÂNTICO
 09:30 PENSE E REPENSE
 10:00 RETRATOS DA FÉ
 10:30 PROGRAMA ESPECIAL
 11:00 Papo de Mãe
 12:00 Sergipe Justiça
 12:30 SESC TV
 13:00 Alto Falante
 14:00 EXPRESSÃO (Reprise)
 15:00 + Ação
 15:30 PERIFERIA
 16:00 Plural
 16:30 NAÇÃO
 17:30 SR. BRASIL
 18:30 ARTESÃO DA CULTURA
 19:00 SOM NA RURAL
 20:00 + DIREITOS + HUMANOS
 21:00 Repórter Brasil (noite)
 21:30 Olha Aí
 22:00 SINFONIA FINA
 22:30 OS PEQUENOS CRIMES DE ÁGHTA CHIRISTIE
 22:30 MAMA ÁFRICA
 23:30 CINE NACIONAL

Domingo

00:15 CURTA TV

00:45 STADIUM
 07:00 SANTA MISSA
 08:00 HORA DO EMPREENDEDOR
 10:00 O BRASIL TEM DISSO
 11:00 NOSSA TERRA NOSSA GENTE
 12:02 COCORICÓ NA CIDADE
 12:15 TROMBA TREM
 12:28 LALA
 13:00 ESCOLA PRA CACAHORRO
 13:14 DANGO BALANGO
 13:39 O PEQUENO EINSTEIN
 13:40 HISTORIETAS ASSOMBRADAS
 13:50 INVASÃO PLANKTON
 14:00 O PEQUENO EINSTEIN
 14:02 JANELA JANELINHA
 15:30 FUTURANDO
 16:00 O PLANETA AZUL
 18:00 FESTIVAL MAZZAROPI
 20:00 Olha Aí (Reprise)
 21:00 Partituras
 21:00 TEMPORADA
 22:00 ESPAÇO PÚBLICO (Tv Brasil)
 23:00 SOY LOUCO POR TI CINEMA

TV ALESE

Segunda-seira

14H30 SESSÃO PLENÁRIA (AO VIVO)
 16H30 PRAZER EM CONHECER
 19H DESCOBRINDO SERGIPE
 20H PLENÁRIO EM FOCO
 20H30 SALA PARLAMENTAR
 21H REPRISE SESSÃO PLENÁRIA

Terça à quinta-feira

14H TRIBUNA LIVRE
 16H EM DISCUSSÃO
 16H30 PRAZER EM CONHECER
 18H INTERESSE PÚBLICO (terça e quinta-feira)
 19H DESCOBRINDO SERGIPE
 20H PLENÁRIO EM FOCO
 20H30 SALA PARLAMENTAR
 21H REPRISE SESSÃO PLENÁRIA

Sexta-feira a domingo

14H TRIBUNA LIVRE
 16H EM DISCUSSÃO
 16H30 PRAZER EM CONHECER

19H DESCOBRINDO SERGIPE
 20H PLENÁRIO EM FOCO
 20H30 SALA PARLAMENTAR
 21H REPRISE SESSÃO PLENÁRIA

TV SERGIPE

Segunda à sexta-feira

05:00 Hora Um
 06:00 Bom Dia Sergipe
 07:30 Bom Dia Brasil
 09:00 Mais Você
 10:21 Bem Estar
 10:57 Encontro com Fátima Bernardes
 12:00 SETV - 1ª Edição
 12:36 Globo Esporte Sergipe
 12:47 Globo Esporte
 13:20 Jornal Hoje
 13:59 Vídeo Show
 14:49 Sessão da TardeMinha Noiva de Mentira
 16:25 Vale a Pena Ver de NovoO Rei do Gado
 17:47 Malhação
 18:24 Boogie Oogie
 19:15 SETV - 2ª Edição
 19:34 Alto Astral
 20:30 Jornal Nacional
 21:07 Império
 22:24 Big Brother Brasil 15
 22:48 Globo Repórter
 23:43 Jornal da Globo
 00:16 The Killing – Além de um Crime
 01:48 Corujão
 05:11 Mentes Criminosas

Sábado

06:00 Como Será?
 08:03 Kung Fu Panda
 08:27 TV Globinho
 10:00 Encontro com Fátima Bernardes
 12:00 Terra Serigy
 12:18 SETV - 1ª Edição (edição de sábado)
 12:40 Globo Esporte Sergipe (edição de sábado)
 12:47 Globo Esporte
 13:20 Jornal Hoje
 13:59 Estrelas
 14:49 Cine Fã-ClubeUma Boa Ação
 16:23 Caldeirão do Huck

18:31 Boogie Oogie
 19:15 SETV - 2ª Edição
 19:34 Alto Astral
 20:30 Jornal Nacional
 21:09 Império
 22:13 Big Brother Brasil 15
 22:37 Zorra Total
 23:31 Altas Horas
 01:18 SupercineAnimal
 03:00 Flash Big Brother Brasil
 03:06 Corujão
 04:52 Uma Família da Pesada
 05:16 Mentres Criminosas

Domingo

06:30 Santa Missa
 07:00 Estação Agrícola
 07:31 Globo Comunidade
 07:59 Pequenas Empresas & Grandes Negócios
 08:33 Globo Rural
 09:27 Auto Esporte
 10:00 Esporte Espetacular
 13:00 Esquenta!
 14:08 Temperatura MáximaPiratas Pirados!
 16:00 Futebol
 18:00 Domingão do Faustão
 21:00 Fantástico
 23:16 Big Brother Brasil 15
 00:05 Planeta Extremo
 00:34 Domingo MaiorTriplo X
 02:33 Flash Big Brother Brasil
 02:39 Sessão de GalaLoucamente Apaixonados
 04:11 Mentres Criminosas

TV Atalaia¹¹³

¹¹³ No caso da TV Atalaia, não conseguimos montar porque a grade de programação não está disponível.
 Como já apresentamos os programas locais, não vimos necessidade de repetir aqui.